

CLAUDIA

ESPECIAL JEANS

Diferentes modelagens e lavagens para usar já

BELEZA SEM STRESS

Tratamentos para combater os efeitos desse mal cotidiano na pele e no cabelo

FILHOS

Um novo olhar sobre crianças e adolescentes introvertidos

GINÁSTICA ÍNTIMA

Por que pompoarismo é coisa séria e necessária

DEBATE: CASO LUIZA BRUNET

A pena dada ao agressor gerou polémica. O que ela diz sobre a violência doméstica no país

CLAUDIA
Top of Women
2017
As marcas preferidas das mulheres

A HORA DO PLANO **B**

EXCLUSIVO

SHERYL SANDBERG

UMA CONVERSA EMOCIONANTE COM A SUPEREXECUTIVA DO FACEBOOK SOBRE SUCESSO, AMOR, PERDAS E A RECONSTRUÇÃO DA VIDA E DA FAMÍLIA APÓS O LUTO

+ Empreendedoras e executivas que superaram crises e mudaram o rumo de sua história



**Itaú. Orgulho de ser
a marca preferida
das mulheres,
segundo o ranking
Top of Women 2017
da revista CLAUDIA.**

Itaú. Feito para elas.
Feito para eles.
Feito para todo mundo.

Itaú

CLAUDIA
TOP of
WOMEN 2012

Mastercard.
Eleita a marca preferida das mulheres
no segmento Cartões de Crédito.



Boingo Wi-Fi

Com o seu cartão Mastercard Black, você tem acesso
Mais de 1 milhão de hotspots Boingo Wi-Fi para você
a qualquer hora, em qualquer lugar.

Cadastre-se em mastercard.com.br/black

Termos e condições específicas aplicáveis.

**Se fazer presente mesmo
estando do outro lado
do mundo: não tem preço.**



ao nosso serviço exclusivo de Wi-Fi global,
se conectar com as pessoas mais importantes





Leite é tudo

Quando o leite é bom, **o gosto é de leite.** Quando o leite é bom, **é puro como tudo o que é natural.** Quando o leite é bom, **o gostinho é de Minas.** Quando o leite é bom, **ele vem de fazendas selecionadas.** Quando o leite é bom, **é cuidado com todo respeito.** Quando o leite é bom, **é simples, como tudo o que a vida tem de melhor.** Quando o leite é bom, **tudo o que é feito dele é bom também.** Quando o leite é tudo isso, **ele é Itambé.**





APRESENTADO POR



FOTO: PLÍNIO BORON

FÉRIAS NO RESORT: O QUE PÔR NA MALA

Engana-se quem pensa que inverno não combina com litoral. Este roteiro nada óbvio é incrível, mas fica aquela dúvida: levar roupas de frio ou de praia?

Um filme que você ama vai passar na TV. Cobertas fora do armário, travesseiros a postos, moletons quentinhos no corpo. A temporada mais fria (e deliciosa!) do ano já começou e parece que o roteiro desses dias já está todo escrito, não é? Para os que vão viajar, todo inverno também é a mesma coisa: separar os casacos mais pesados e pegar a estrada em direção a alguma cidade serrana. Mas para que fazer mais do mesmo?

É hora de testar algo fora do padrão e ter férias de julho diferentes!

O destino nada convencional que está em alta nesta temporada é Florianópolis, com suas paisagens deslumbrantes e seu resort mais famoso, o Costão do Santinho. O lugar, tão badalado no verão, remodelou toda a sua estrutura para ser ainda mais surpreendente no inverno. A experiência é realmente especial: ficar no conforto de um resort, de frente para uma praia linda, mas

curtindo atrações de frio – isso que é sair do óbvio.

Mas e agora, o que colocar na mala para uma semana nesse paraíso: roupas de frio ou de praia? A personal stylist e consultora de imagem Cuca Ellias explica que a palavra de ordem é versatilidade. Afinal, há atividades para todos os gostos e temperaturas. Por isso, as peças precisam ser facilmente combinadas entre si para que a mala fique prática e fashion.

TEM QUE TER

Para aproveitar o dia na área externa com muito conforto, aposte em um casaco leve de lã e uma jaqueta de couro ou jeans. Se preferir, use cardigãs ou tricôs. Uma calça jeans, caso o frio venha com mais força, também é recomendada. Se a ideia é curtir uma caminhada à beira-mar, pantalonas e mangas 3/4 são apostas certas, segundo a stylist.

ATIVIDADES DO DIA

O resort conta com uma série de atividades como academia, tênis, golfe, escalada, arvorismo e até sandboard (esqui na areia). Para desfrutar cada uma delas numa boa, Cuca indica levar uma legging ou uma calça esportiva com elástico na barra, três tops, quatro camisetas de manga curta ou regata e um moletom com capuz, caso esfrie.



HAPPY HOUR ELEGANTE

À noite, aproveite as bebidas quentes oferecidas pelo resort: vão do chimarrão ao vinho, passando por cafés e quentão, tudo acompanhado de atrações musicais. Para momentos como esses, vale uma produção mais caprichada: aposte em um vestido fluido com um casaquinho de lã. Uma espadrilhe finaliza o look com muito estilo e conforto.

HORA DO BIQUÍNI

A nova estrutura do Costão tem ofurô, mais uma piscina aquecida, hidromassagem e o já tradicional spa. Ou seja, você vai usar biquíni no inverno. Duas peças com modelagens ousadas e recortes ficam ótimas, já que, fora do sol forte, você não precisa se preocupar com a marquinha. "Cores como o cru, o branco e o preto ficam elegantes na medida", aconselha Cuca.

ACESSÓRIOS CURINGAS

A personal stylist indica mais alguns itens indispensáveis:

- » chapéu ou boné para as atividades do dia
- » um slipper, acessório da temporada, que combina com qualquer ocasião
- » lenços e pashminas, que são feitos de tecidos finos e por isso cabem facilmente na mala
- » uma rasteirinha ou chinelo para a piscina e praia
- » um tênis para as atividades indoor e caminhadas
- » dois brincos e um colar delicado
- » bolsa de palha ou de tecido
- » saída de praia

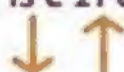
CLIMA PERFEITO



O inverno é a época do ano em que menos chove em Florianópolis



Temperatura média na cidade 13°C 21°C



É HORA DE VOCÊ TAMBÉM FAZER A DIFERENÇA

EM SUA 22ª EDIÇÃO, O PRÊMIO CLAUDIA
APRESENTA PESSOAS QUE SUPERAM OS LIMITES
PARA LEVAR ADIANTE PROPOSTAS E PROJETOS
QUE MELHORAM A VIDA DE MILHARES DE BRASILEIROS.

JÁ FORAM DIVULGADAS
AS FINALISTAS DE 2017 NAS CATEGORIAS
NEGÓCIOS E POLÍTICAS PÚBLICAS.
VOCÊ PRECISA CONHECER SUAS HISTÓRIAS.

ACESSE **PREMIOCLAUDIA.COM.BR** E VOTE.

CELEBRAR A DIVERSIDADE É EXTRAORDINÁRIO.

Realização:

CLAUDIA



Abril

Apoio:



natura

CHRONOS

22^o
PRÊMIO
CLAUDIA

Fale com CLAUDIA

Atendimento ao leitor

Comentários, sugestões, críticas,
informações:

E-MAIL: claudia.abril@abril.com.br

ENDEREÇO: Av. das Nações Unidas,
7221, 17º andar, CEP 05425-902,
São Paulo, SP

Internet e redes sociais

claudia.com.br

facebook.com/claudiaonline

twitter.com/claudiaonline

instagram.com/claudiaonline

Assinaturas

INTERNET

www.assineabril.com

LIGUE GRÁTIS

0800 7752145

GRANDE SÃO PAULO

(11) 3347 2145.

De 2ª a 6ª, das 8 às 22 horas;

aos sábados, das 9 às 16 horas

Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC)

Para consultar dados

da sua assinatura,
comunicar alteração

de endereço, tirar dúvidas

sobre pagamento ou entrega,

renovação e outros serviços: Internet

www.abrilsac.com

Ligue grátis 0800 7752112.

Grande São Paulo

(11) 5087 2112. De

2ª a 6ª, das 8 às 22 horas

Licenciamento de conteúdo

Para adquirir os direitos de reprodução
de textos e imagens de CLAUDIA,

acesse: www.abrilstock.com.br

Para anunciar

Ligue para: (11) 3037 5756,

fax (11) 3037 5609.

Ou pelo site:

www.publiabril.com.br

Trabalhe conosco

[www.abril.com.br/](http://www.abril.com.br/trabalheconosco)

trabalheconosco



Fundada em 1930

VICTOR CIVITA
(1907-1990)

ROBERTO CIVITA
(1936-2013)

Conselho Editorial: Victor Civita Neto (Presidente),
Thomas Souto Corrêa (Vice-Presidente),
Alexandra Zapparoli e Giancarlo Civita

Presidente do Grupo Abril: Walter Longo

Diretora Editorial e Publisher da Abril: Alexandra Zapparoli
Diretor de Operações: Fábio Petrossi Gallo

Diretor de Assinaturas: Ricardo Perez

Diretor de Cam Cam: Livia Pedreira

Diretor de GelBox: Dimas Miletto

Diretor de Mercado: Isabel Amorim

Diretor de Planejamento, Controle e Operações: Edilson Soares

Diretor de Serviços de Marketing: Andrea Abelleira

Diretor de Tecnologia: Carlos Sangiorgio

Diretora Editorial - Femininas: Paula Magalhães

CLAUDIA

Diretora de Redação: Tatiana Schibuola

Diretor de Arte: Roberta Monteiro D'Albuquerque Redatora-Chefe: Bel Mohandavi
Editores Sênior: Lena G. Carderari Editores: Isabella D'Brode, Liliace Prata, Patrícia Zaidan
Editores Assistente: Benetrix Koch Editores de arte: Débora Iolas
Repórteres: Clara Novais, Fernanda Morelli, Isabella Marinelli
Designers: Benetrix Chimelli, Lorena Baroni Bóris, Maria Vitória de A. Carnego (tablet)
Plantão: Staeli Cerchiaro

CTI - Aldeia Teixeira (Coordenador), Adriana Gironde, Luis Abramson

PUBLICIDADE Cristiane Pessoa (Farmácia, Mobilidade, Imobiliário e Serviços Empresariais), Daniela Serailon (Tecnologia, Telecom, Saúde, Educação, Agro e Serviços), Karina Kattan (Bem de Consumo, Turismo, Entretenimento e Mídia), Rafael Ferreira (Moda, Decoração e Construção), William Hagopian (Regionais), André Beck (Colaboração em Direção de Publicidade - Rio de Janeiro), Christiane Martinez (Agências de PR e Associações) ABRIL BRANDS CONTENT Edward Pinheiro ASSINATURAS Adilson Granado (Processos e Produção), Daniela Vada (SAC), Ícaro Freitas (Circulação Avulsa), Laci Silva (Relacionamento e Gestão Comercial), Patrícia Frangioni (Comunicação), Rodrigo Chinaglia (Produção), Wilson Paschoal (Canais de Vendas) MARKETING DE MARCAS Caroline Florent (Eventos), Cláudia Obrecht (Estilo de Vida e Femininas), Leandro Moreira (Exame) ESTRATÉGIA DIGITAL Edson Ferrão MERCADO/W Rafael Gajardo OPERAÇÕES DE PUBLICIDADE DIGITAL Renata Guimarães SEO Isabela Sperandio PARCERIAS E TENDÊNCIAS Airton Lopes PRODUTO Rosana Gazez VIDEO André Volman (Colaboração em Direção de Vídeo), Adriana Yoshida (Estilo), Alexandre de Oliveira (Técnico e Editorial), Sandra Paron (Arte e Corporativa) e Sylvia Navarro (Informação) MARKETING CORPORATIVO Maurício Panão (Pesquisa de Mercado), Diego Macedo (Abril Big Data), Glécia Portales (Licenças), Thais Rocha (Relações com o Mercado) DEDOC E ABRILPRES Valtier Sabino PLANEJAMENTO, CONTROLE E OPERAÇÕES Adriana Fivilla, Adriana Kazan, Emilene Pines e Renata Antunes RECURSOS HUMANOS Alessandra de Castro (Desenvolvimento Organizacional), Ann Kohl (Serviços de RH) e Márcio Nascimento (Remuneração e Benefícios) RELAÇÕES CORPORATIVAS Douglas Castro (Gerente de Relações Públicas)

Redação e Correspondência: Av. das Nações Unidas, 7221, 17º andar, Pinheiros, São Paulo, SP, CEP 05425-902, tel. (11) 3037-2000. Publicidade de São Paulo e informações sobre representantes de publicidade no Brasil no Exterior: www.publiabril.com.br

CLAUDIA 670 (ISSN 0009-8507), ano 56/nº 07, é uma publicação mensal da Editora Abril. Edições anteriores: vendida exclusiva em bancas pelo preço da última edição em banca. Solicite no seu jornaleiro. Distribuída em todo o país pela Dimap S.A. Distribuidora Nacional de Publicações, São Paulo. CLAUDIA não admite publicidade redacional.

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 5087-2112 Demais localidades: 0800-775-2112 www.abril.com.br
Para anunciar: Grande São Paulo: (11) 3347-2121 Demais localidades: 0800-775-2121 www.assineabril.com.br

IMPRESSA NA GRÁFICA ABRIL

Av. Otaviano Alves de Lima, 4408, Freguesia do Ó, CEP 02909-900, São Paulo, SP



Presidente AbrilPar: Giancarlo Civita

Presidente do Grupo Abril: Walter Longo

Diretor de Operações: Fábio Petrossi Gallo

Diretor Editorial e Publisher da Abril: Alexandra Zapparoli

Diretor Superintendente da Gráfica: Eduardo Costa

Diretor Superintendente da Total Express: Bruno Tectorelli

Diretor Comercial da Total Publicações: Osmar Lara

Diretor de Auditoria: Thomas Roberto Serti

Diretor Jurídico: Mariana Macha

Diretor Corporativo de Marketing: Melina Konstantinidis Paredi

Diretor Corporativo de Recursos Humanos: Claudia Ribeiro

www.grupocabril.com.br

Marca de força

Ela não é atriz nem apresentadora de televisão, cantora, estrela de reality show ou youtuber. Ainda assim, Sheryl Sandberg exerce influência na vida de quase 2 bilhões de pessoas no mundo – 100 milhões delas no Brasil. Ela é a diretora de operações do Facebook, empresa que reinventou a forma como nos relacionamos hoje em dia. E por que colocá-la na capa de CLAUDIA? Porque ela se encaixa muito bem na categoria mulher inspiradora. E o fato de ser uma executiva bem-sucedida é só uma das circunstâncias para isso. Sandberg é também uma grande incentivadora da chegada das mulheres em postos de comando – escreveu o livro *Faça Acontecer – Mulheres, Trabalho e a Vontade de Liderar* e criou uma fundação para apoiar mulheres na liderança. Tem ainda um forte trabalho de filantropia. É mãe de duas crianças, de 9 e 12 anos. Mas, acima de tudo, porque descobriu e, mesmo com todos os predicados anteriores, teve a grandiosidade de admitir publicamente que, assim como eu e você, é falível e está sujeita a uma dor devastadora. E essa declaração teve uma intenção específica: inspirar outros a enxergar uma saída quando ela parece inexistente.

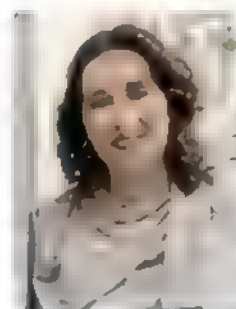
No caso de Sandberg, o golpe se deu pela morte repentina do marido – “o amor da minha vida”, ela diz –, em 2015. Enquanto lutava para sobreviver à perda do parceiro, ela se viu forçada a aceitar outra trajetória, diferente daquela feliz e invejável (tão típica dos posts de redes sociais) que havia imaginado e levava até então. Generosamente, ela contou esse processo em um novo livro, *Plano B*, que já é best-seller nos Estados Unidos e chega aqui, agora, pela editora Fontanar. “Não conheço ninguém para quem a vida tenha sido um mar de rosas. Todos deparamos com momentos difíceis. Alguns, a gente sente chegar;

outros nos surpreendem. Pode ser uma tragédia, como a morte súbita de um filho; algo arrasador, como um relacionamento que termina; ou uma decepção, como um sonho que não se realiza. A pergunta é: quando esse tipo de coisa acontece, o que se deve fazer?”, escreve logo na introdução.

Não há uma resposta certa para essa charada. Mas no livro e na entrevista exclusiva à jornalista Cynthia de Almeida, colunista de CLAUDIA, Sandberg conta em detalhes o que fez – enfrentou o luto e a dor até o fundo, respirou e abraçou o novo caminho. Difícil não se colocar no lugar dela e não se emocionar com a conversa relatada na página 98 – desafio você a tentar. Mais adiante na edição, em “Volta por Cima” (pág. 138), cinco executivas e empreendedoras brasileiras revelam o que aprenderam depois de superar um momento de crise pessoal ou profissional. *Spoiler*: foi duríssimo, mas hoje todas estão colhendo os frutos de seu esforço e sucesso.

Por falar em reconhecimento, CLAUDIA lança neste mês o Top of Women 2017, premiação pensada especialmente para homenagear as marcas preferidas do público feminino. A eleição é fruto de uma pesquisa inédita feita pela Editora Abril, em parceria com o instituto de pesquisa MindMiners, que avaliou mais de 500 marcas de 29 categorias (como banco, cartão de crédito, bolsa, perfume, seguro, comida...). A partir da página 84, você fica sabendo quais são as vencedoras e o que elas fizeram para chegar ao topo do ranking. Boa leitura!

BEL MOHERDAUI,
redatora-chefe
bel.moherdaut@abril.com.br



CLAUDIA.com.br

Julho é a época das baixas temperaturas, das férias escolares e de se preparar para o início do novo semestre cheio de novidades



◀ Pode vir quente

Uma das maneiras mais gostosas de espantar o frio é comer algo quentinho e nutritivo. Com a nossa seleção de caldos e sopas, seu Inverno será uma delícia! Creme de ovo com parmesão e cebolinha, caldinho verde de agrião com linguiça e ensopado de tomate com abobrinha (foto) são algumas das 40 saborosas receitas disponíveis no nosso site. Tem versões mais simples e leves e outras que valem por uma refeição. Experimente e depois conte pra gente qual a sua preferida!



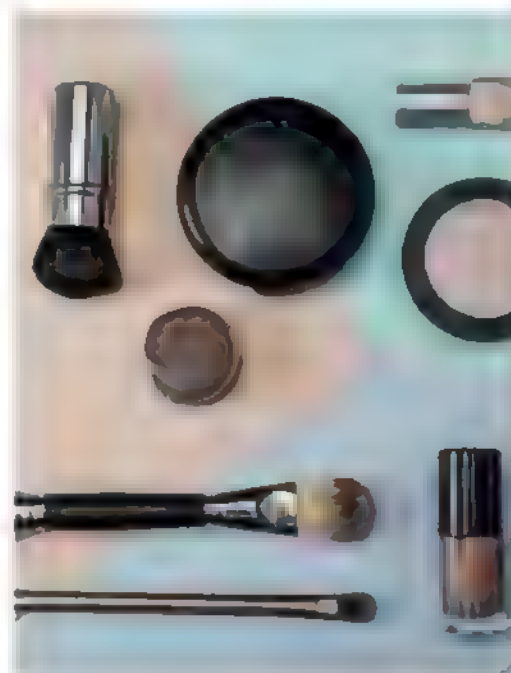
◀ NOVAS COLUNISTAS

Pensando em se casar? Designer de CLAUDIA, Lorena Bósio (ao lado) está noiva e toda semana relata os desafios e as maravilhas que envolvem os preparativos da cerimônia. Ela também vai selecionar referências para inspirar as noivas de plantão. Roberta D'Albuquerque (abaixo), diretora de arte de CLAUDIA e autora do livro *Quem Manda Aqui Sou Eu – Verdades Inconfessáveis sobre a Maternidade*, é mãe de Sofia, 8 anos, e Lara, 11, e estreia um espaço para falar sobre criação dos filhos.



PARA A CRIANÇA

As crianças estão de férias, mas você não? Listamos diversos cursos e experiências em todo o país para os pequenos se divertirem neste mês. Elas vão gastar energia nos esportes e soltar a imaginação com oficinas criativas, aulas de música e de artesanato.



PRODUTOS ATÉ R\$ 29,90

Não é preciso gastar uma fortuna para abastecer o seu kit de make. Existem no mercado várias opções de qualidade com preços acessíveis. Entre bases, corretivos, sombras, blushes, sombras e máscaras, fizemos uma seleção caprichada de itens bons, bonitos e baratos. Imperdível!

Conversas

O que se falou...

...no mês em que Fátima Bernardes brilhou na nossa capa, Maju Coutinho estreou na bancada do Jornal Hoje



Foto: Jorge Bispo

◀ Capa

O talento de Fátima Bernardes para se reinventar em público diante do olhar do Brasil.

"Parabéns, galera da revista. Esta mulher é exemplar!"
/ Alinne Carvalho, no Instagram

"Que apresentação esta capa bem no mês do meu aniversário."

/ Ligia Guerra, no Facebook

"A entrevista está excelente, digna de Fátima Bernardes!"
/ Eliane Tamura, no Instagram

Novidade na TV

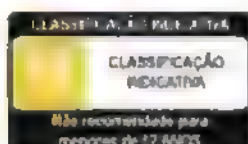
Além de falar do tempo no *Jornal Nacional*, Maju Coutinho agora é uma das plantonistas do telejornal vespertino.

"Muito simpática e elegante. Espero que ela apresente mais vezes o JH."
/ Sandra Nagles, no Instagram

"Adorei! Linda, inteligente e muito competente. Sucesso!"
/ Fatima Lopes, no Instagram

Errata

Na capa de junho, Fátima Bernardes usa anel de ouro com quartzo fumê, Kuka Yamanaka para Central de Designers.



project RUNWAY

NOVA PASSARELA, NOVAS REGRAS



meulifetime.com

f /meulifetime



Nova Série
TERÇA ÀS 22H

LIFETIME

EXTERMINANDO A FOME
E A DESNUTRIÇÃO
COM A ADOÇÃO DE
PRÁTICAS AGRÍCOLAS
SUSTENTÁVEIS

FESTIVAL CAMPOS

01.07.17

30.07.17

O maior
festival
de música
clássica da
América
Latina

Festival de Inverno de Campos do Jordão
Dr. Luís Arrobas Martins

festivalcamposdojordaio.art.br



PATROCÍNIO



COPATROCÍNIO APOIO



PROMOÇÃO



REALIZAÇÃO

ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA
FUNDAÇÃO OSESP



MINISTÉRIO DA
CULTURA



INSPIRAÇÃO

JULHO 2017 / EDIÇÃO Isabella D'Ercole



ARTE EM CASA

Uma das fundadoras do movimento antropofágico, a pintora modernista Tarsila do Amaral (1886-1973) tornou-se referência internacional com quadros que retratam a realidade brasileira. Com autorização da sobrinha-neta da artista, Tarsilinha, nove dessas

obras, entre elas *Morro da Favela* (acima) e *Abaporu*, foram transformadas em tapeçarias feitas à mão. De lã e algodão, cada uma está disponível em três tamanhos (de 1,5 metro quadrado a 6 metros quadrados). À venda na By Kamy, custam a partir de 15 mil reais.



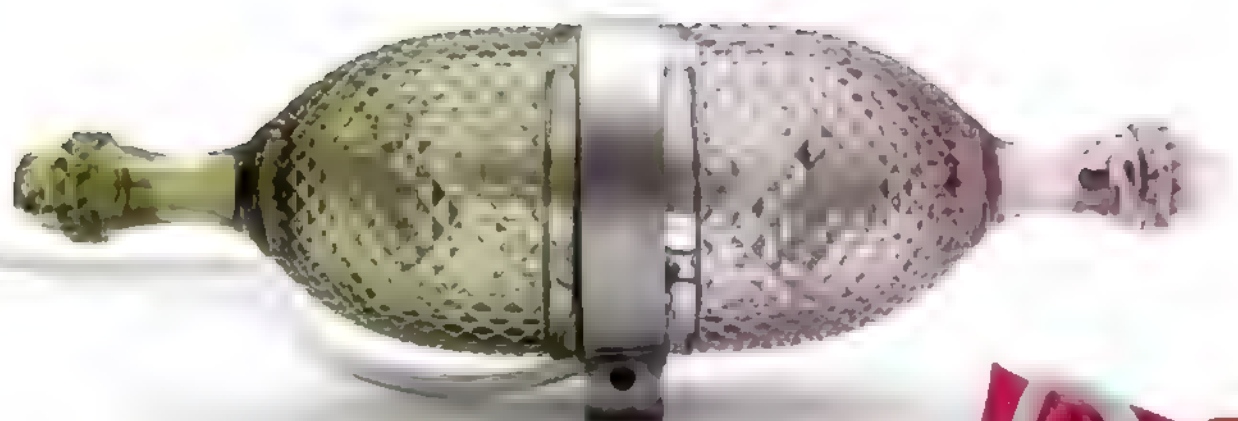
MOSTRA ONLINE

A plataforma Google Arts & Culture, que dá acesso ao acervo digitalizado de mais de 250 instituições culturais ao redor do mundo, está lançando agora a We Wear Culture, megaexposição que reúne mais de 30 mil documentos de moda. O material cobre desde o período imperial até a modernidade japonesa, ressaltando os grandes mestres. Acima, desfile do estilista basco Cristóbal Balenciaga, de 1954. Para visitar, acesse g.co/artsandculture ou baixe o aplicativo gratuito.



UTILIDADE DIÁRIA

O novo headphone da Sony, o MDR-XB550AP (299,99 reais), tem tecnologia Extra Bass, que melhora a qualidade do som, além de microfone Integrado, cabo antiembaraço e almofadas isolantes de ruídos do ambiente. Difícil vai ser escolher entre as cores: azul, vermelho, preto e branco.



RECICLAGEM DE LUXO

O Projeto Garagem, organizado pela arquiteta Luciana Monaco, recolhe peças descartadas, como pratos e copos quebrados, e dá a elas nova utilidade. É o caso da luminária Bitoca (1 820 reais), criada pelo designer mineiro Eduardo Borém com taças bico de jaca coloridas. Os produtos estão à venda nas lojas da grife UMA.



TRAMA ÚNICA

A designer espanhola Patricia Urquiola resalta seu cuidado com os detalhes ao criar um padrão geométrico com cabos de poliéster trançados para a cadeira Tropicalia (preço sob consulta). A coleção de seis peças tem ainda uma espregujadeira e uma cadeira de balanço. À venda na Micasa, em São Paulo.

ESPORTE FINO

Loubi-Athlete, a nova linha de sapatos do francês Christian Louboutin, mistura referências a esportes como escalada e montanhismo aos saltos altíssimos, sua assinatura. Entre os quatro modelos está a sandália Atletika (4 590 reais), que tem salto de borracha.



13

bailarinos compõem o elenco de *Cão sem Plumas*, espetáculo da coreógrafa Deborah Colker inspirado no poema homônimo de João Cabral de Melo Neto. Estreia no dia 27 de julho no Rio de Janeiro.



FÉRIAS NO CINEMA

A segunda edição do festival dinamarquês Buster, de cinema infantojuvenil, acontece simultaneamente no Centro Cultural Banco do Brasil do Rio de Janeiro, de São Paulo e de Brasília durante todo o mês. Com entrada a 5 reais, serão exibidos 36 filmes, entre eles *Skymaster* (foto). Mais informações em bb.com.br/cultura.

Estante de novidades

Romances, um guia e reflexões sobre a rotina dos relacionamentos, rótulos e propósitos de vida estão entre os destaques do mês

COLABOROU LETÍCIA PAIVA



1. A MONTANHA, Loli Lansens (Bertrand Brasil, R\$ 49,90) Chega a hora de o pai contar ao filho o episódio que transformou a vida dele: quando estava prestes a cometer suicídio, no alto de uma montanha, ele conheceu três mulheres cujas histórias fizeram com que repensasse a maneira de encarar desafios.

2. O GOSTO PELA VIDA EM COMUM - UM ELOGIO À VIDA A DOIS, Claude Habib (Objetiva, R\$ 34,90) A francesa propõe uma reflexão sobre relações duradouras - segundo ela, as únicas em que podemos nos expressar verdadeiramente. Na tese, cita desde o filósofo Voltaire até a personagem de ficção Bridget Jones.

3. DUMPLIN', Julie Murphy (Valentina, R\$ 39,90) Willowdean é gorda e bem diferente da mãe, ex-miss (interpretada por Jennifer Aniston na adaptação para o cinema prevista para 2018). Decidida, a jovem se inscreve em um concurso de beleza e incentiva meninas que fogem dos padrões a fazer o mesmo.

4. MULHERES, CULTURA E POLÍTICA, Angela Davis (Boitempo, R\$ 48) A compilação de artigos e discursos da ativista social americana mostra as mudanças nas questões de gênero, sexualidade e raça nas últimas décadas. Também faz um paralelo com culturas de resistência, como o blues.

5. MINDFULNESS PARA QUEM NÃO TEM TEMPO, Osho (Planeta, R\$ 36,90) Voltado tanto para meditadores experientes quanto para iniciantes, o guia do mestre espiritual incita a manter-se meditativo durante todo o dia, com estratégias para gerir o cotidiano com mais consciência e foco nos propósitos.

Flip mais plural

Curadora da Festa Literária Internacional de Paraty deste ano, Joselia Aguiar visa incluir mais mulheres e negros

COLABOROU LETÍCIA PAIVA

Entre 26 e 30 deste mês, Paraty (RJ) recebe 46 palestrantes na 15ª edição da Flip. Com curadoria da jornalista baiana Joselia Aguiar, o evento pela primeira vez contará com um número de mulheres maior que o de homens (24 ante 22) nas mesas de discussão. Negros também terão espaço – no ano passado, não havia nenhum; neste, são 30% dos convidados. Não por acaso, o homenageado é o escritor Lima Barreto (1881-1922), que viveu marginalizado no Rio de Janeiro do século passado.

Qual a sua marca na curadoria?

Quis incluir outras artes. Na abertura, teremos uma encenação dirigida por Felipe Hirsch. Com texto da historiadora Lília Schwarcz, Lázaro Ramos vai interpretar Lima Barreto, nosso homenageado. Esta é a primeira vez que há algo do tipo. Também haverá intervenções poéticas curtas que usam tecnologia e artistas que fazem sons com o próprio corpo.

Você é a segunda mulher curadora (a primeira foi Ruth Lanna, há 11 anos). Qual a importância disso?

É outro ponto de vista. Tendo a incluir mais mulheres na programação. Existem muitos projetos culturais tocados por nós pouco conhecidos e que merecem espaço.

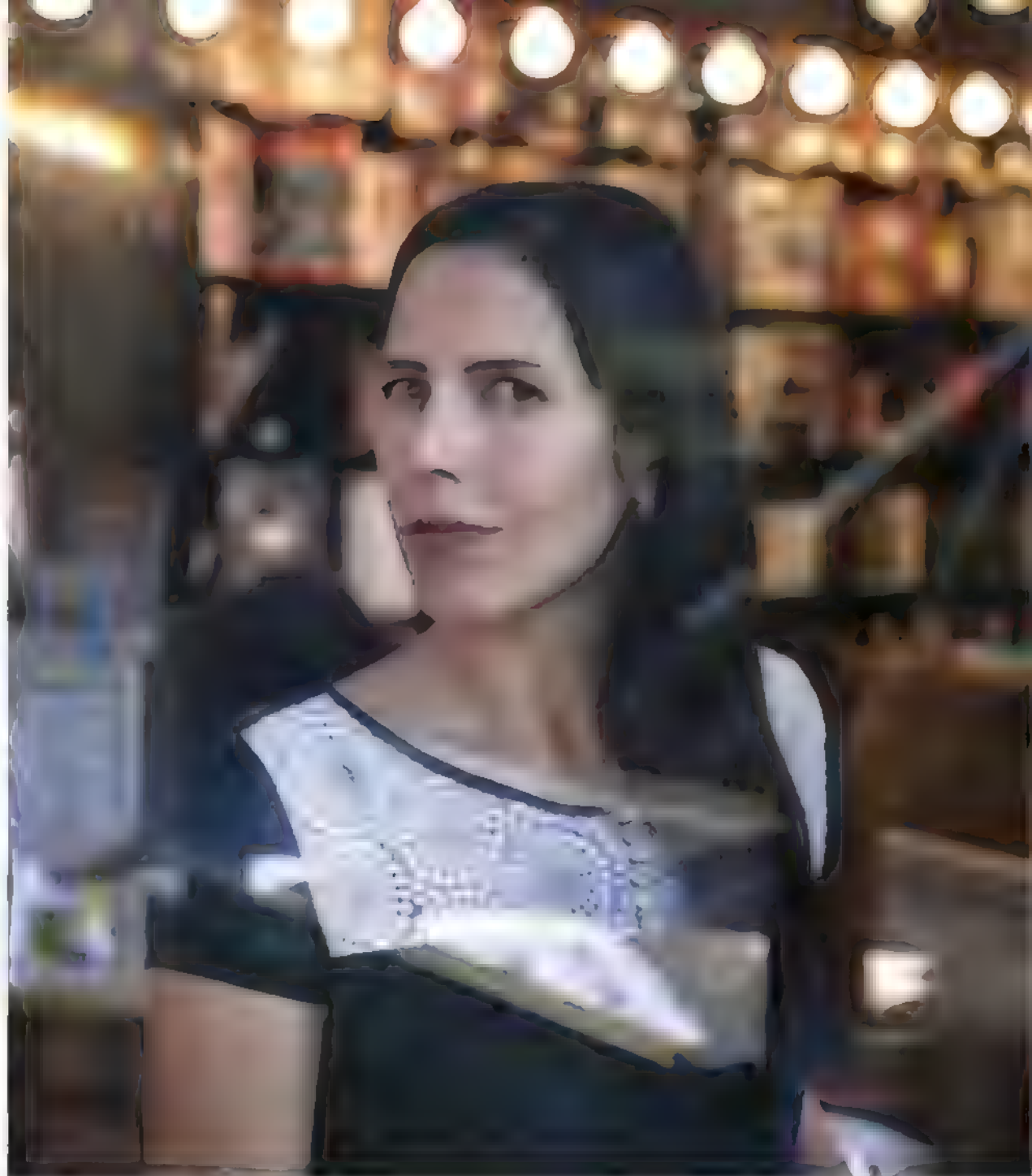
Um dos destaques da edição é a diversidade. Como escolheu os participantes?

Torço para que, um dia, a diversidade deixe de ser notícia e se torne normalidade. Busquei autores que nunca tinham vindo ao evento, como

Scholastique Mukasonga, de Ruanda; Sjon, da Islândia; Marlon James, da Jamaica. Trataremos de questões sociais e raciais indiretamente durante toda a programação, unindo afinidades pela literatura, mas, em alguns momentos, em mesas específicas, a discussão será mais direta.

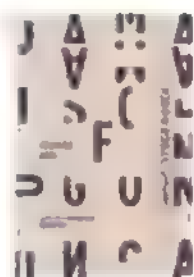
Por que a escolha por Lima Barreto?

Apesar de ter vivido no início do século 20, ele é atual. Usava a autoficção (*literatura inspirada na vida pessoal*), recurso comum hoje, e tem um olhar antropológico, que discute a sociedade, e reflexões ainda válidas. □



INDICAÇÃO

Joselia Aguiar recomenda livros de duas autoras que estarão na Flip



Já Foi, Diamela Eltit, Relicário, R\$ 45



A Mulher de Pés Descalços, Scholastique Mukasonga, Nós, R\$ 35

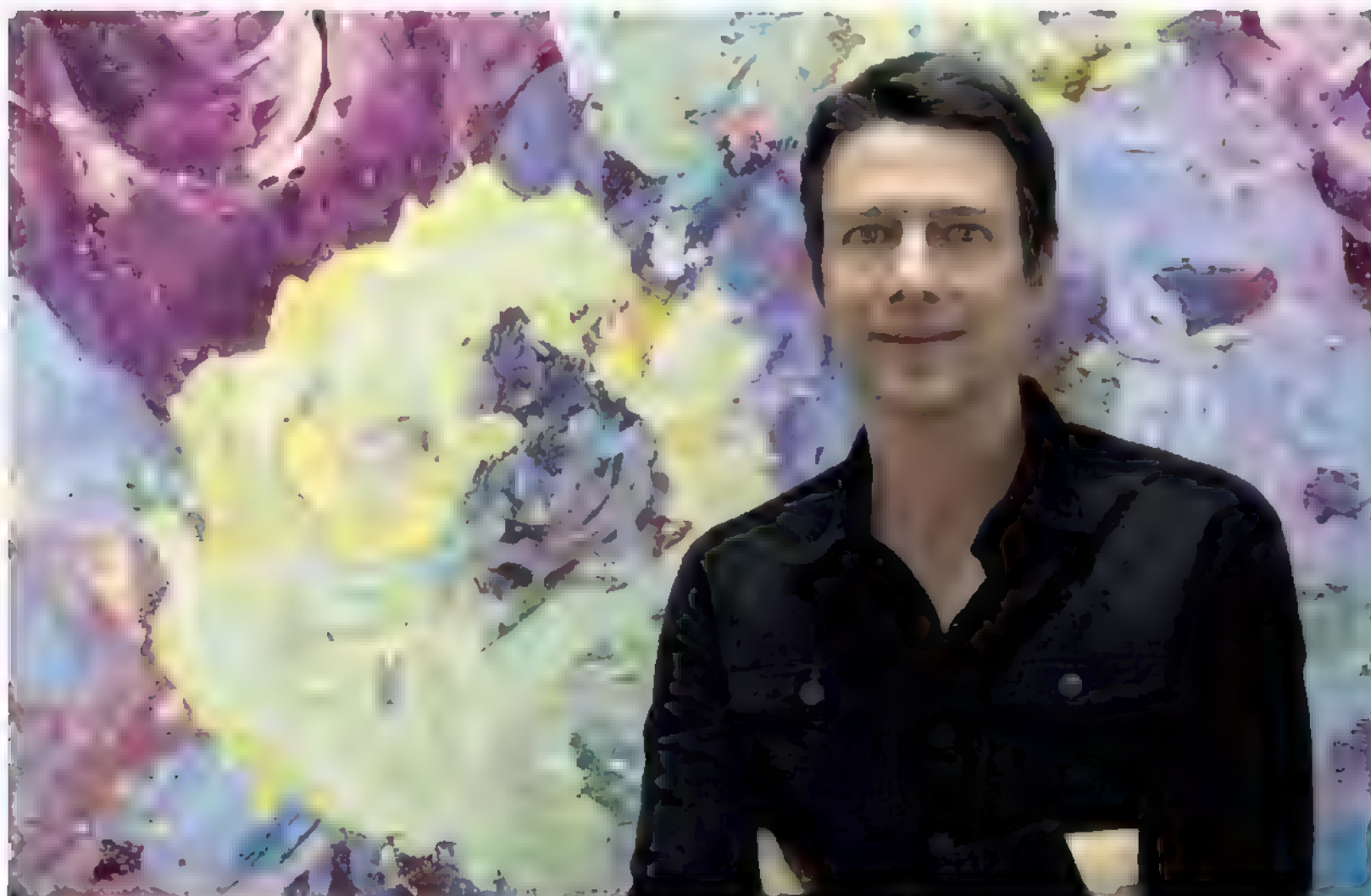


Baixe grátis o aplicativo Blippar, aponte a câmera do celular para esta página e assista Joselia Aguiar comentando atrações da Flip (Dúvidas? Veja instruções na página 14.)

CONTADOR DE HISTÓRIAS

Desenhos feitos por crianças de mais de 25 escolas têm se transformado em animações por meio da plataforma colaborativa criada pelo artista plástico Vitor Azambuja

COLABOROU LETÍCIA PAIVA



Em uma manhã, ao se despedir dos filhos para ir trabalhar, o artista plástico Vitor Azambuja, 51 anos, viu o mais velho, então com 7 anos, debruçado sobre um desenho. Teve, então, o primeiro vislumbre do que seria sua nova empreitada. “Pensei em dar movimento e narrativa àquele menino chutando uma bola e transformar os traços infantis em animação”, conta. Nascia assim a De Criança para Criança, produtora das animações 2D que serão exibidas a partir deste mês no canal de TV a cabo Zoomoo.

Daquele primeiro desenho até agora, cinco anos se passaram. Se no

começo os episódios eram criados por seus filhos, Antonio e Marina – como uma maneira de passar mais tempo com os dois e reviver a própria infância, quando pintava ao lado do pai, também artista plástico –, hoje mais de 10 mil crianças já colaboraram com alguma etapa da criação das histórias.

Em 2014, Azambuja deixou o trabalho como diretor de arte em uma agência de publicidade e abraçou de vez o projeto. Com os amigos Gian Carlo Rocchiccioli e Gilberto Barroso, criou a plataforma colaborativa Criando Juntos, que recebe roteiros, desenhos e locução para montar os episódios,

exibidos no canal De Criança para Criança do YouTube. Vários são adaptados com libras e audiodescrição para incluir pessoas com deficiência. “As crianças se veem representadas no resultado final, isso é mágico”, diz.

Desde o ano passado, o projeto tem sido levado a escolas – já são 25 instituições particulares no estado de São Paulo. Nelas, alunos do ensino fundamental elaboram tramas coletivas, desenvolvendo a criatividade e a comunicação. “Em uma delas, as crianças usaram como personagem uma colega com síndrome de Down e construíram juntos uma narrativa emocionante.” □



25 ANOS MOVIDOS A DESIGN _

Para nós, design é mais que beleza.
É poder comunicar por meio da forma.
Por isso, chamamos o designer
Peter Schreyer para criar os carros mais
bonitos que você já viu.

400 mil carros
vendidos no Brasil.



MOVIDOS A INOVAÇÃO _

Já nascemos inquietos.
Sempre buscamos a direção oposta.
Foi com a inovação no DNA que a KIA
se tornou a primeira montadora a
oferecer apenas carros completos.

73 mil itens de peças
de reposição em estoque.

R\$ 25 bilhões¹ em
impostos recolhidos.

MOVIDOS A SUPERAÇÃO _

Nunca procuramos respostas fáceis.
Sempre transformamos dificuldades
em oportunidades. Foi assim
que a KIA chegou desconhecida
ao Brasil e logo se destacou.

A maior importadora de veículos
do Brasil², com o maior número
de empregos gerados.

Pela vida. Escolha o trânsito seguro.



COMO SEMPRE
ACREDITAMOS NO BRASIL,
ESTAMOS PRONTOS PARA
OS PRÓXIMOS 25 ANOS _

COM NOVOS
LANÇAMENTOS _



COM MAIS DE 100
CONCESSIONÁRIAS
ESPALHADAS
PELO PAÍS _



The Power to Surprise

EXEMPLO NO AR

A inglesa Mélanie Astles é a primeira mulher a pilotar na corrida aérea Red Bull Air Race, onde faz questão de mostrar que não existem territórios exclusivamente masculinos

TEXTO ISABELLA D'ERCOLE



Quase 30 anos depois, a lembrança ainda é viva para a inglesa Mélanie Astles: durante um festival de shows aéreos, o pai a colocou sentada na cabine de um avião antigo estacionado. “Eu tinha 6 anos, mas soube imediatamente que aquele era meu lugar”, conta ela em entrevista a CLAUDIA. Em 2016, Astles tornou-se a primeira mulher a competir no Red Bull Air Race, campeonato mundial de corrida aérea criado há dez anos. A trajetória dela é bastante incomum. Depois de terminar o ensino médio, trabalhou em postos

de gasolina na França, onde mora desde os 2 anos, e juntou dinheiro para pagar os estudos para se tornar piloto. “Precisei do diploma em matemática e ciências e tomei aulas particulares de aviação desde os 21 anos. Quando consegui minha licença profissional, passei para as acrobacias.” Hoje, aos 35, coleciona cinco títulos franceses de acrobacia aérea e ocupa um lugar entre os dez melhores pilotos do mundo na modalidade.

Se a habilidade e os títulos não são garantia de respeito em ambientes majoritariamente masculinos, a atitude de Astles afasta qualquer

tentativa de preconceito. “Não fico de ombros encolhidos. Levanto a cabeça e faço aquilo a que me propus.” Ao observar a torcida e perceber que há muitas mulheres de olho nela, sente que tem uma missão: “Preciso ser um modelo, mostrar que paixão e determinação são a chave para realizar sonhos”. Sem dúvida há muito trabalho a ser feito: segundo a Sociedade Internacional de Mulheres Pilotos Aéreas, elas são pouco mais de 3% dos 120 mil profissionais da área. No Brasil, esse número cai para 1,4%, de acordo com a Agência Nacional de Aviação Civil (Anac). □

CLAUDIA
TOP *of*
WOMEN 2012



Lojas em todo Brasil

mmartan

mmartan

a moda que veste a sua casa

Agora ou nunca



**FERNANDA
D'UMBRA**

é atriz, cozinheira,
diretora, madrastra
e vocalista da banda
Fábrica de Animais

No teatro, só vale o que está acontecendo naquele instante. Se você errou uma frase do texto há dois segundos, não importa; você tem que seguir a peça. Se foi aplaudida em cena aberta, no meio do espetáculo – coisa que todo artista adora –, também não pode se apegar. O que passou já era.

Depois de 30 anos de profissão, levei um pouco disso para a vida cotidiana. Nada me interessa neste momento, apenas escrever esta coluna. Tenho uma agenda de papel (sim, sou uma senhora) que consulto no começo do dia para ver o que me espera. Sei que, se eu fizer uma coisa de cada vez, tudo vai dar certo. É o que me permite ter cinco profissões.

Na aula de dança, trabalho com esta informação: tornar o momento a única coisa constante na vida. Se estou dançando agora, não quero saber o que farei daqui a três horas, não importa. E o que fazemos com a ansiedade? Curtimos. Ela chega, agita nossa cabeça, faz uma bagunça aqui, outra ali, mas ela não manda em nada e é bom que saiba disso. Quem manda aqui sou eu. Ela está de passagem.

Um amigo roteirista adora uma brincadeira que eu faço. Sempre que o futuro nos assombra com alguma questão, digo que “problemas posteriores serão resolvidos posteriormente”. Rimos e vamos tomar um café. Nada vai macular nossa criação naquela hora. Estamos alertas ao tempo presente e não é um futuro próximo que vai estragar tudo.

Combinar uma viagem é tão divertido quanto realizá-la. E a hora de embarcar vai

chegar, não temos que pensar nisso o tempo todo. O que interessa é pesquisar o trajeto. O que vai acontecer quando estivermos lá é outra história. Nunca me preparei para o futuro porque sei que ele não me diz respeito. Ele, inclusive, não existe.

Pagar as contas, lavar as roupas, fazer comida, tudo isso é agora. Eu não penso que vou comer quando estou cozinhando. Apenas sinto o cheiro, provo, corto, admiro as cores. Meu paladar não vai tomar tudo para ele. Ele que espere. Sua hora vai chegar.

Se você abandona a ideia de futuro, consegue fazer um milhão de coisas numa sequência deliciosa que leva a uma concentração mágica. E suas possibilidades ganham formas infinitas porque você está calma para agir.

Costumo dizer aos atores quando dirijo um espetáculo: “Faça a cena com a mesma concentração que você gostaria que um neurocirurgião operasse sua cabeça”. Esteja aqui, este é o único lugar que você pode ocupar no mundo. Não se desperdice com ansiedades desnecessárias. E, se a situação for difícil, mantenha os olhos abertos para ela. O medo é importante, não fuja dele.

Hoje em dia é raro encontrar alguém na rua usando um relógio de pulso. Quase todos veem as horas no celular. E acabam vendo outras coisas, sem olhar nada direito, preocupados com algo que talvez nem aconteça. Isso é cruel, limita nossa existência e nos deixa presos ao vazio, o que é terrível. Então, se você for dar um beijo, não faça mais nada. Não se perca em tempos que não existem. Dê-se ao luxo do instante.

As horas passam, não precisamos nos preocupar com elas. E o momento em que olhamos para o relógio também é sagrado. Sua vida inteira está acontecendo ali. Que maravilha! Não é à toa que tem este nome: presente. □

“Nunca me preparei para o futuro porque sei que ele não me diz respeito. Ele, inclusive, não existe. Pagar as contas, lavar as roupas, fazer comida, tudo isso é agora”



COLEÇÃO UNA

Vivara agradece a todas as leitoras Claudia que escolheram a marca como referência em joalheria na pesquisa Top of Women 2017

VIVARA

55 ANOS

**VEJA SE O SANTO DE UM
BATE COM O DO OUTRO.**



Um encontro às escuras pode
virar um amor à primeira vista.

**COM LUIGI BARICELLI
QUI 22H30**



/aprimeiravisteband



@aprimeiravista

band.com.br/aprimeiravista

SEU ESTILO

JULHO 2017 / EDIÇÃO Lena Carderari



FEITO À MÃO

Peças elaboradas por artesãos habilidosos são a essência da grife italiana Bottega Veneta, que completou 50 anos. O rigor na escolha do material e na produção permite que cada um dos modelos dure muito mais do que uma única estação, como propõe o diretor criativo da marca, o

alemão Tomas Maier. Feito de couro com estampas gráficas, este escaupim demanda um investimento robusto (4 160 reais), mas é sapato para ter por muitos anos. Chega às lojas, na segunda quinzena do mês, em três opções de cores: branco e rosa (foto) e cinza.

1 peça, 3 looks

Calça jogging

Com punho na barra e pegada esportiva, o modelo ganha sofisticação dependendo dos complementos. Aposta certa é o mix com camisa e casaco poderoso

CASACO de tricô,
Letage, R\$ 489;
BOMBER de veludo,
Renner, R\$ 199;
BLUSA de renda,
Pop Up Store, R\$ 359;
SAPATOS de couro,
Arezzo, R\$ 359,90

CALÇA
de poliéster,
Pop Up Store,
R\$ 299



▲ **CASACO** de material sintético, Forever 21, R\$ 330,90; **BLUSA** de tricô, Lafort, R\$ 435; **BRINCOS** de metal, Maria Dolores, R\$ 489; **CHOKER** de metal e acetato, Cosmopolitan, R\$ 207; **CLUTCH** de couro, Corello, R\$ 399; **BOTAS** de couro, Tanara, R\$ 269,90



▲ **CAMISA** de algodão, Seiki, R\$ 119,80; **JAQUETA** de sarja, My Favorite Things, R\$ 355; **ÓCULOS** de acetato, Ray-Ban, R\$ 620; **BOLSA** de couro, Mr. Cat, R\$ 299,90; **SAPATOS** de material sintético, Kipling, R\$ 99

Parca militar

Nos dias de frio menos intenso, tire a sua do armário. Ela protege sem pesar demais



CAMISA de
georgetto, Lariny
Niemeyer, R\$ 898;
CALÇA JEANS,
Levi's, R\$ 299,90;
BOLSA de material
sintético, Renner,
R\$ 119; OXFORDS
de couro, Schutz,
R\$ 470

PARCA
de poliéster,
Forever 21,
R\$ 189,90



▲ JAQUETA de crepe, Lucidez, R\$ 377,60;
VESTIDO-CARDIGÃ de tricô, Letage,
R\$ 399,99; BRINCOS de metal, Rincawesky,
R\$ 99,50; BOTAS de couro, Corello, R\$ 389,90



▲ BLUSA de chamóis, Lucidez, R\$ 277,60;
MOLETOM, Uma, R\$ 1369; SAIA de algodão,
Renner, R\$ 119,90; BOLSA de couro, Dumond,
R\$ 499,90; TÊNIS de couro, Fila, R\$ 429,90

Até R\$ 200

Tons terrosos

É possível usar a tendência do momento sem gastar demais.

Cada uma destas peças custa até o limite proposto – algumas bem menos

1. VESTIDO de poliéster, Amaro, R\$ 169,90. 2. JAQUETA de sarja, Forever 21, R\$ 179,90. 3. BOTAS de material sintético, Mundial Calçados, R\$ 169,99. 4. PULSEIRAS de couro e metal, Algo Mais, R\$ 56, R\$ 40 e R\$ 56 (da esquerda para a direita). 5. CARTEIRA de material sintético, Rafitthy, R\$ 149,90. 6. CAMISETA de poliéster, Avarzzo, R\$ 180. 7. CALÇA de algodão, Marisa, R\$ 69,95. 8. OXFORDS de couro, Josefina Rosacor, R\$ 149. 9. CROPPED de poliéster, Antix, R\$ 161. 10. BOLSA de material sintético, Birô, R\$ 120. 11. CACHECOL de acrílico, Renner, R\$ 59,90



OS MELHORES

perfumes

DO MUNDO ESTÃO
NA RENNER.

EM ATÉ

10x

SEM JUROS
NO CARTÃO RENNER.



GIVENCHY

RENNER

COMPRA TAMBÉM ON-LINE EM
LOJASRENNER.COM.BR

CONDIÇÃO 6+10X SEM JUROS: EXCLUSIVA PARA PAGAMENTO NO CARTÃO RENNER. VÁLIDA SOMENTE PARA PRODUTOS DE PERFUMARIA E BELEZA. CONDIÇÃO NÃO VÁLIDA PARA OS SEMANAL
PRODUTOS COMERCIALIZADOS PELA LOJAS RENNER. PRESTAÇÃO MÍNIMA DE R\$ 30,00. ENCARGOS POR ATRASO 6+10X. JUROS REMUNERATÓRIOS DE ATÉ 19,7% A.M. OU 754,22% A.A. •
R\$ JUROS DE MORA DE 1% A.M. 3% DE MULTA CONTRATUAL. CONDIÇÕES DE FINANCIAMENTO SUJEITAS A VARIAÇÃO. MEDIANTE PRÉVIA PUBLICAÇÃO NAS LOJAS. DEMAIS CONDIÇÕES DE
PAGAMENTO DEVERÃO SER CONSULTADAS NA LOJAS RENNER.

Com que sapato...

...eu vou viajar

Seja de avião, seja de carro, o ideal é combinar praticidade e bem-estar com um toque de requinte. Assim, esqueça os saltos e aposte em modelos clássicos ou descolados



O oxford com mais de um tom e solado grosso acrescenta sofisticação sem pecar pelo desconforto ao caminhar. Ótima alternativa ao tênis de toda hora.



Oxford de couro envernizado,
Anzetutto, R\$ 312,90



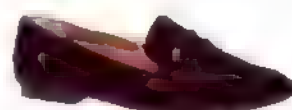
Oxford de plástico,
Melissa, R\$ 170



Fáceis de tirar e pôr (especialmente para passar pelo raio X do aeroporto), os mocassins e as sapatilhas, baixinhos, são práticos e graciosos.



Sapatilha de couro, Le Lis Blanc
para Shop2gether, R\$ 360



Mocassin de veludo,
Cecconello, R\$ 209,90



Em dias frios e chuvosos, botas e coturnos são bons companheiros – principalmente para jornadas terrestres: protegem os pés e dão força ao look.



Botas de couro,
FYI, R\$ 299



Botas de material sintético,
Fiever, R\$ 448

Colgate

A ILLUMINATION
**MEU
MALVADO
FAVORITO 3**

LINHA COLGATE **SMILES MINIONS**

**DIVERSÃO E PROTEÇÃO
PARA O SEU SORRISO**

A hora da escovação acaba de se transformar numa grande aventura: nossos produtos protegem o sorriso das crianças e garantem diversão para toda a família

**ESCOVAR OS DENTES
PODE SER DIVERTIDO**



WWW.COLGATE.COM.BR

Mule

De diferentes alturas e materiais, a sandália que deixa o pé soltinho enfeita com charme e conforto

1. De tecido, Mundial Calçados, R\$ 119,99.
2. De tecido, Valentina, R\$ 129,90.
3. De couro, Alcaçuz, R\$ 840.
4. De píton, Blue Bird, R\$ 998.
5. De material sintético e metal, Passarela.com, R\$ 129,99.
6. De couro, Arezzo, R\$ 259,90.
7. De couro, Masqué, R\$ 710.
8. De couro e madeira, Paula Ferber, R\$ 780.





Vista sua pele
#OcupeSeuCorpo



TODODIA CEREJA E AVELÃ

Um creme toque seco com textura cremosa, um potente envolvente que nutre e melhora a firmeza e a elasticidade da pele. Com a fragrância perfeita para todos os momentos, e se reconectar com o que mais interessa: você.

Compre com sua Consultora
ou acesse natura.com.br/tododia

tododia



coberta DE ESTILO

*A cantora baiana Luedji
Luna, 30 anos, mostra
aqui jaquetas, sobretudos
e casacos elaborados
que, além de protegerem
das baixas temperaturas,
fazem toda a diferença
no look. É para vestir
e arrasar o dia todo*

FOTOS Rogério Cavalcanti

REALIZAÇÃO E STYLING
Beto e Celso Cavalcanti



JAQUETA e CALÇA de crepe
bordado, PatBo, preços
sob consulta; BRINCOS de
acetato e metal,
Gla Acessórios, R\$ 390



CAMISA de couro,
Animale, R\$ 2 698;
BLUSA de tricô,
Versace, R\$ 2 510;
PANTALONA de lã,
Zoomp, R\$ 1 099;
BRINCOS de acetato,
A.Brand, R\$ 258

NA PÁGINA AO LADO,
CASACO de sarja,
R\$ 1 697, e MACACÃO
de neoprene, R\$ 797,
ambos Osklen;
BRINCOS de prata,
Plural, R\$ 300;
TÊNIS de couro (usado
em todas as fotos),
Converse, R\$ 199,90







TRENCH COAT de jacquard, Reinaldo Lourenço, R\$ 4 997; BLUSA de viscose, Juliana Gevaerd, R\$ 380; CALÇA de lã, Fernanda Yamamoto, R\$ 880; COLAR de lã e concreto, Estúdio Plume para Susana Fernandez, R\$ 150; POCHETE de material sintético, Renner, R\$ 49,90



CASACO, R\$ 1.198, e VESTIDO, R\$ 1.298,
ambos de sarja, A.Brand; ANÉIS de prata e
ouro com rubi, R\$ 1.325 cada um,
e ANEL de prata e ouro com quartzo,
diamantes e rubi, R\$ 2.585, todos
Mariah Rowery; POCHETE de couro,
Rafaelo Laurence, R\$ 1.391



CASACO, R\$ 429, e BLUSA, R\$ 339, ambos de poliéster, Plural; CALÇA de tricô com fio de lã, Glg, R\$ 2.995; EAR CUFF de prata oxidada com rubi, Mariah Rovey, R\$ 1.414.



JAQUETA de tywar,
Oclis, R\$ 720, sobre
CASACO de poliéster,
Daklen, R\$ 587; CALÇA
de algodão, Liza
Vilarentum, R\$ 3.800;
EAR CUFF de prata
oxidada com rubi,
R\$ 1.414, Mariah Povey

Beleza Raul Melo (Cape
MGT/produtor; Quem
dizê, Derença? e L'Oréal
Professionnel/
Assistente de beleza
Sílvia Melo/
Assistente de
fotografia Jorge
Escudeiro/Tratamento
de Imagem Fajola/
Assistentes de moda
Leo Napolitano e Maria
Antônia Valledares/
Fotos realizadas no
Atelier Santa Cecília, da
artista Vera Martins,
em São Paulo.
Agradecimentos aos
artistas Alexandra
Carlier, Sylvia Soares,
São Quêroz e Antônio
Cabral/Preços
pós-quilados em junho,
sujeitos a alteração.
Confirme na loja
antes de comprar

TODO O
• PODER DO
jeans

*Indispensável e ultraversátil, ele se reinventa
em novas proporções e diferentes lavagens.
Escolha o que combina mais com você*

FOTOS Marcio del Nero
REALIZAÇÃO E STYLING Beto e Celso Cavalcanti



JAQUETA,
Coca-Cola Jeans,
R\$ 799; **CAMISA,**
Lez a Lez, R\$ 307



**CALÇA, Animale,
R\$ 359; CAMISA de
algodão, A.Brand,
R\$ 398; BOTAS
de couro, Sarah
Chofakian, R\$ 1 395**



JAQUETA, Levi's,
R\$ 489,90; **BLUSA**
de poliamida,
Oksa (usada em
quase todas as
fotos), R\$ 380;
CALÇA de chamóis,
A.Brand, R\$ 2 498



PANTACOUR,
Animale, R\$ 558;
CAMISA de sarja
tinturada, Two
Denim, R\$ 638;
BOTAS de couro,
Sarah Chofakian,
R\$ 1 395

FIND
MORE
FREE
MAGAZINES

FREEMAGS.CC

**VESTIDO, Fabiana
Milazzo, R\$ 1 217;
TÊNIS oxford de
couro, A.Brand,
R\$ 698**





CAMISA com
tachas, Ellus,
R\$ 679, sobre
JAQUETA com tule,
TIG, R\$ 1 290;
CALÇA de algodão,
Cris Berros,
R\$ 1 098; **BOTAS**
de couro, Sarah
Chofakian, R\$ 1 395



CAMISETA,
Tom Martins para
Cholx, R\$ 398;
SAIA de moletom
bordado, Pat Bô,
R\$ 1 700



MACACÃO, Zomp
para Chobx, R\$ 730



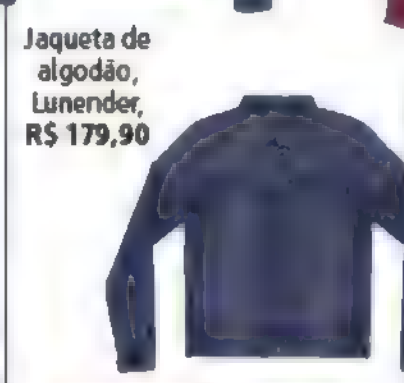
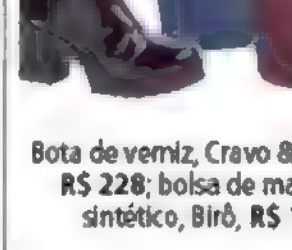
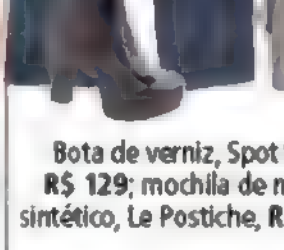
MAXIJAQUETA
com tachas,
Regina Salomão,
R\$ 880; **CALÇA**,
Coca-Cola Jeans,
R\$ 499; **TÊNIS**
oxford de couro,
A.Brand, R\$ 698

Modelo Laura
Chrusciel (Joy
MGMT)/**Beleza**
Paulo Filatier
(Baobá MGT/
produtos,
Makeup Forever)/
Assistente
de beleza
Raul Holanda/
Assistentes
de moda Leo
Napolitano e Maria
Antonia Valladares/
Fundo jeans, JRJ/
Preços pesquisados
em junho, sujeitos
a alteração.
Confirme na loja
antes de comprar

Pesquisa de moda

Selecionamos peças de nossa reportagem de moda e procuramos outras no mesmo estilo, em diferentes faixas de preço, para você escolher as que cabem melhor no seu orçamento



			
			
			
			
Bolsa de material sintético, C&A, R\$ 89,99	Bolsa de material sintético, Birô, R\$ 120	Bolsa de material sintético, Mr. Cat, R\$ 249,90	Mochila de material sintético, Le Postiche, R\$ 159,99



Jaqueta de algodão e elastano, Jeanseria, R\$ 379,90



Vestido de algodão, poliéster e elastano, Amaro, R\$ 139,99



Camisa de liocel, Luigi Bertolli, R\$ 139



Jaqueta de algodão, Renner, R\$ 189



Camisa de viscose, Youcom, R\$ 99,90

Body de poliamida e elastano, Darling, R\$ 275



Camisa de algodão, Riachuelo, R\$ 89,90



Jaqueta de algodão, poliéster e elastano, Hering, R\$ 199,99



Calça de poliéster e elastano, Luigi Bertolli, R\$ 89,90

Bota de plástico, Melissa, R\$ 230; bolsa de couro, Linea Bella, R\$ 355,60



Sala de algodão e elastano, Dimy, R\$ 274,75



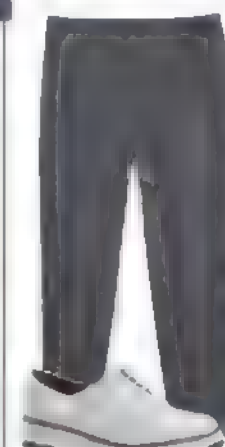
Tênis de material sintético, Azaléia, R\$ 139,90; bolsa de plástico, Petite Jolie, R\$ 119,90

Macacão de algodão e elastano, Enfim, R\$ 229,90

Flatfom de material sintético, Ramarim, R\$ 188,90

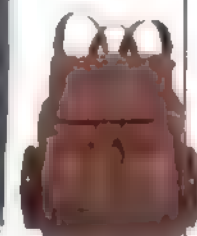


Bolsa de material sintético, Constance, R\$ 249,99



Calça de algodão e linho, Shoulder, R\$ 379

Oxford de material sintético, Passarela.com, R\$ 189,99; mochila de material sintético, Kenuz, R\$ 89,90



CHEGOU O CHOCOLATE DA CAPRICHÔ



Tablete de chocolate
ao leite com recheio
de sabor de iogurte de morango.


Cacaú Show

Imagem meramente ilustrativa.

BELEZA & BEM-ESTAR

JULHO 2017 / COORDENAÇÃO Fernanda Morelli



PERFUMARIA GOURMET

Ingredientes raros e minuciosos processos de extração trazem sofisticação aos três principais lançamentos do mês na perfumaria, todos novas versões de fragrâncias já conhecidas. O Elysée Nuit, de O Boticário (199 reais), combina rosas damascenas com lírio-do-vale e macarons. Já o

Live Irrésistible Délicieuse, Givenchy (529 reais, 75 mililitros), incorpora o aroma de outro docinho típico francês, as *madeleines*, à sua assinatura floral. Lady Emblem Elbixir, Montblanc (399 reais), por sua vez, ganha toque adocicado e sensual com a mistura de pimenta-negra e lichia.



PONTE AÉREA

No mês passado, a atriz Carolina Dieckmann, 38 anos, fez uma pausa em sua temporada em Miami – para onde mudou com o marido, o diretor Tiago Workman, e o filho caçula, José, no final de 2016 – para o lançamento dos novos duos para sobrancelhas da SD Make Up, marca que ela representa. “Nos Estados Unidos, tenho levado vida de estudante. Então, no dia a dia acabo usando uma maquiagem mais leve, com tons neutros”, conta ela, que frequenta um curso de inglês enquanto o marido trabalha (na Viacom International Media Networks). “Estou passando um tempo fora, mas não estou parada. Conforme os convites aparecem, concilio minha agenda e volto para o Brasil para atendê-los”, diz.

Corretivo para
Sobrancelhas
Duo, SD Make
Up, R\$ 71



Estojo de
Sombras Natura
Aquarela,
R\$ 79,90



Pump'n'Volume,
Dior, R\$ 179

OLHAR INTENSO

Seja dia ou seja noite, aposte em um kit com sombras em tons de rosa, cobre e marrom, como os da paleta da 5 Couleurs, Dior, ou do Natura Aquarela Estojo de Sombras, com oito opções de cor (entre mate e cintilante). Complete o look com a máscara para cílios Pump'n'Volume, Dior. Ao apertar a parte inferior do tubinho, o pincel fica mais embebido no produto, deixando os cílios ainda mais poderosos.

FAÇA EM CASA

Os peelings cosméticos invadem as prateleiras com ativos como ácido glicólico (caso do produto da Mary Kay) ou sua combinação com o ácido salicílico (como o da Lancôme). Eles prometem renovação celular e uniformização do tom de forma gradual, com efeitos visíveis em até um mês. Use à noite e reforce o protetor solar durante o dia.

1 Visionnaire Crescendo, Lancôme,
R\$ 489. 2 Peeling Facial Renovador
em Gel, Mary Kay, R\$ 299





SONO DA BELEZA

Enquanto você dorme, sua pele se recupera das agressões sofridas durante o dia. E é esse efeito que os cremes noturnos Renew Hydra, Avon (87 reais), e Neovadiol Noite, Vichy (265 reais), prometem potencializar. O primeiro tem nanomoléculas de ácido hialurônico, para maior penetração e hidratação. Já o segundo, indicado especialmente para mulheres na menopausa, age contra a flacidez e tem fórmula refrescante, capaz de absorver o excesso de suor da pele.

RÁPIDA ABSORÇÃO

O grande diferencial do Creme Nutritivo, Granado (28 reais a latinha de 60 gramas e 46 reais a de 250 gramas), é a chamada textura *melting* (do inglês, derretendo), que é rapidamente absorvida pela pele. Disponível em três fragrâncias (tradicional, mel e amêndoa), tem fórmula hidratante enriquecida com extratos naturais, livre de corantes e parabeno.

UNHAS SEM DANOS

Os 11 tons de esmalte da nova coleção da Quem Disse, Berenice? (14 reais cada um) são lindos. Mas a melhor notícia é que, com eles, a marca relança seus best-sellers em fórmulas hipoalergênicas e rótulo 5free – livres de tolueno, formaldeído, resina de formaldeído, dpb (dibutyl phthalate) e cânfora, o que aumenta as opções para as alérgicas. Na foto, nossos preferidos para o inverno: Vermeluz, Marronlito, Cinzalindo, Rosácia e Rosavida (o mais raro).

Cor na boca No dia 29 deste mês, é comemorado o Dia do Batom. Para celebrar a data, a Eudora lança uma coleção limitada com seis tons inéditos (17 reais cada um), um lápis para contorno e um top coat (para dar acabamento de verniz a qualquer produto para os lábios). Já a Giorgio Armani traz para cá seu Lip Magnet em 12 cores (130 reais cada um), com uma combinação incomum, que une cobertura intensa aveludada e consistência ultraleve.

POTENCIALIZADORES

Cosméticos e procedimentos estéticos capazes de acelerar os resultados de diferentes tratamentos de pele são a novidade do momento

TEXTO FERNANDA MORELLI

O que já é bom pode ficar melhor. Esse é o lema da nova geração de cosméticos e procedimentos estéticos voltados para intensificar os resultados de diferentes tratamentos dermatológicos (para o combate ao envelhecimento e a remoção de manchas, por exemplo). Eles são os chamados *boosters* (potencializadores, em inglês), *essences* (ou essências) e *drug delivery* (de entrega de medicamento) e atuam como uma preparação para o que será usado em seguida (ácidos ou vitaminas), que acaba tendo o efeito intensificado. Algumas opções apresentam maior concentração de ativos do que cremes comuns, reforçando o tratamento. Outras deixam a pele mais permeável para absorver o próximo produto. "Elas somam benefícios ao creme de uso habitual, sem mudar muito a rotina de cuidados", diz a dermatologista Valéria Campos, de São Paulo. Entenda a diferença entre as três e veja como usá-las para aproveitar melhor os produtos que você já tem em casa.

BOOSTERS

São cosméticos compostos de um único ativo muito concentrado (como vitamina C, ácido hialurônico ou mix de ômega), que, sozinho, já tem ação antirrugas, antimanchas ou energizante. Se usados em conjunto com outro produto, reforçam a ação deste. "Por questão de textura ou compatibilidade, esses ativos não poderiam ser utilizados em cosméticos comuns nessa forma mais potente; por isso, ficam separados", diz Joyce Quenca, pesquisadora da Faculdade de Ciências Farmacêuticas da USP de Ribeirão Preto.

ESSENCES

Parte fundamental do ritual de beleza das orientais, as essences possuem textura aquosa, mais fluida que a do sérum, e devem ser aplicadas no rosto após o último passo da limpeza (normalmente o tônico) e antes do creme anti-idade. Elas também trazem ativos potentes, mas seu grande propósito é aumentar a permeabilidade da pele. "Essas loções têm ativos hiper-hidratantes, que deixam o tecido mais receptivo aos produtos que vêm a seguir", diz a dermatologista Karla Assed, do Rio de Janeiro.

DRUG DELIVERY

A técnica, feita em consultório, se propõe a facilitar a entrada de produtos na pele com a ajuda de microagulhas, laser ou injeções. "Elas abrem caminho para que os ativos penetrem mais profundamente e sejam mais eficientes", explica Assed. Depois disso, é feita a "inserção" de substâncias (como antioxidantes e hidratantes). "De quebra, as microlesões formadas pelo laser ou pelas agulhas forçam a pele a trabalhar para se regenerar", diz. Com isso, aumentam a produção de colágeno e elastina, que proporcionam mais firmeza ao rosto.

DICAS DE PRODUTOS



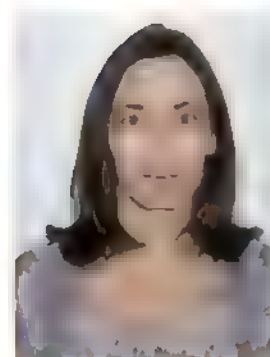
1. Booster Repair, Clarins, R\$ 199.
2. Vinoperfect Essence, Caudalie, R\$ 199.
3. Rapid Response Booster, La Prairie, R\$ 1 656.
4. U.S.K Advanced Defense Booster, Under Skin, R\$ 359.
5. Booster Sérum Vitamine C, Novexpert, R\$ 310.



Desafio da leitora



DEPOIS



ANTES

"Desde o ano passado, venho tentando trazer leveza para o meu dia a dia. Comecei a viajar e sair mais. Repensei minha vida, meus hábitos e relacionamentos. O novo visual veio coroar todas essas mudanças"

TOQUE FINAL

A professora Melissa Bertuzzi, 37 anos, queria um look que acompanhasse a fase de renovação pessoal

TEXTO FERNANDA MORELLI

CABELO

O cabeleireiro Rodrigo Cintra, do Studio W Iguatemi, em São Paulo, avaliou que os fios retos e o tom monocromático estavam ofuscando o rosto de Melissa. A solução foi um corte acima dos ombros, com pontas repicadas e a parte da frente levemente mais comprida. Mechas em tom caramelo contornam a face e destacam os traços da paulistana.

MAKE

A maquiadora Tatiana Donadio, do mesmo salão, optou por evidenciar o olhar de Melissa. Para tanto, fez um delineado esfumado na raiz dos cílios inferiores e superiores, mas só do centro para o canto externo, e finalizou com máscara de volume. Ainda cobriu as pálpebras com sombra rosa-clara levemente cintilante, o que realçou o verde dos olhos dela.



1. Lápis para Esfumar Preto, Make B., O Boticário, R\$ 45. 2. Duo Eyeshadow Bouthan, Nars, R\$ 185. 3. Máscara para Cílios Ultra Volume, Natura Una, R\$ 67,50

PARA SE CANDIDATAR À TRANSFORMAÇÃO, ESCREVA PARA FALECOMCLAUDIA@ABRIL.COM.BR

Descubra o novo
destino de inverno
do Brasil.

FLORIANÓPOLIS

O INVERNO NO COSTÃO É QUENTE.

Florianópolis é um paraíso tanto para quem gosta de praia, quanto para quem curte o inverno. Prova disso é o Costão do Santinho que se transformou para receber a sua família. Complexo de piscinas aquecidas. Hidromassagens e ofurô ao ar livre. Gastronomia típica de inverno. Seleção especial de bebidas quentes. Isso sem falar em atividades e atrações para todas as idades. Tudo para esquentar a sua viagem de inverno.

E aconchegante.

ACESSE: COSTAO.COM.BR

0800 645 0924



FLORIANÓPOLIS
SANTA CATARINA | BRASIL



**COSTÃO DO
SANTINHO**
Viva esta experiência

Beleza sob STRESS

Ele pode ser o grande responsável pelo surgimento repentino de acne e alergias, assim como provocar queda capilar e enfraquecimento dos fios. Conheça os cuidados e produtos para driblar os efeitos desse mal na pele e no cabelo

TEXTO MARIANA CONTE

Alteração do sono, do apetite e do humor, queda no rendimento, ansiedade e depressão. O stress é a resposta do organismo à tensão. Quando crônico, pode chegar a quadros extremos, mas nem sempre é uma ameaça tão grave. Seus efeitos, porém, são visíveis na saúde do corpo todo. E com a pele e o cabelo não é diferente. Ele pode provocar queda e afinamento dos fios, formação de rugas e linhas de expressão precocemente, perda de colágeno e surgimento de acne tardia (a que aparece após os 25 anos). Tudo isso acontece por causa do desequilíbrio hormonal que surge quando o stress se prolonga. "Ocorre uma mudança no padrão de produção de cortisol, prolactina e outros hormônios", explica a dermatologista Claudia

Marçal, membro da Sociedade Brasileira de Dermatologia, em Campinas (SP). O sistema imunológico sente o impacto – as defesas caem e ficamos mais suscetíveis a infecções.

Segundo uma pesquisa recente da International Stress Management Association (Isma), 72% da população brasileira sofre alguma sequela de stress. A longo prazo, a recomendação mais óbvia para combater esse mal é desacelerar e reequilibrar a rotina, incluindo atividades que relaxem o corpo e a mente. Mas já existem cuidados e cosméticos que se propõem a barrar seus efeitos estéticos. Do creme que evita os danos causados pela perda da elasticidade da pele ao tratamento que estimula o couro cabeludo e minimiza a queda dos fios, descubra as melhores armas anti-stress disponíveis no mercado.



PELE

O stress agudo pode representar um gatilho para doenças autoimunes, como psoríase, lúpus, vitiligo e rosácea. É mais comum, porém, que cause acne, alergias, dermatite seborreica e, a longo prazo, envelhecimento precoce e rugas. O cortisol e a prolactina, que são produzidos em excesso durante os picos de tensão, provocam queda na produção de colágeno e aumento da atividade das glândulas sebáceas, alterando a defesa natural da pele. "O surgimento da acne está ligado a esse desequilíbrio na produção de sebo, que pode obstruir os poros e gerar inflamação", diz Claudia Marçal. Esse tipo de acne normalmente aparece na região da mandíbula, na lateral do rosto e, por vezes, no peito, nos ombros e nas costas. O sistema imunológico fica prejudicado e em alerta – por isso, surgem alergias que antes não se manifestavam, como as relacionadas ao uso de brincos e colares (por causa do metal), produtos de higiene e perfume, à ação do sol e mesmo ao contato do suor com a epiderme. O descontrole também prejudica o manto hidrolipídico, barreira natural que contribui para a hidratação e proteção. Essa vulnerabilidade

acaba gerando descamação e acelera o processo de envelhecimento. "A pele fica mais suscetível às ameaças ambientais ligadas ao fotoenvelhecimento, como os raios UV, e à poluição", diz a dermatologista Thais Pepe, de São Paulo. Agir diretamente nas funções que são prejudicadas é a aposta dos dermatologistas e da indústria cosmética. Uma das novidades é a chamada otimização mitocondrial, feita pela ingestão de cápsulas prescritas pelo médico que prometem melhorias no metabolismo – e uma aparência mais bonita e saudável. "São fórmulas de nutricosméticos voltadas para a reposição de vitaminas, minerais e antioxidantes, com o objetivo de otimizar o funcionamento das células", afirma a farmacêutica Mika Yamaguchi, de São Paulo. Em casa, as armas para barrar problemas como flacidez e rugas são fórmulas com antioxidantes. Eles lutam contra os radicais livres, produzidos em excesso pelas células quando estamos constantemente estressadas. Vale ainda usar cremes com vitamina C, essencial para a preservação do colágeno e da elastina, e ácido hialurônico, super-hidratante que ajuda a manter a sustentação da pele.



Creme Anti Aging Stress Cream, La Prairie, R\$ 1 152,90

Creme para Olhos Hydra Zen, Lancôme, R\$ 268,90



Creme Revitalizante Prodigieuse, Nuxe, R\$ 135

Maestro UV Skin Defense, Giorgio Armani, R\$ 217



Sérum Revitalizing Miracle AWake, U.S.K., R\$ 339

COMO O STRESS AGE NO CORPO

Estados prolongados de tensão causam desequilíbrio na produção dos hormônios, prejudicando o sistema imunológico.

O aumento repentino dos níveis de cortisol no organismo diminui a produção de colágeno, o que contribui para a flacidez precoce da pele.

CABELO

Em relação aos fios, a principal queixa ligada ao stress é a queda. Em momentos de desequilíbrio emocional, o cabelo deixa de receber nutrientes essenciais, como vitaminas e aminoácidos, para reforçar nossas defesas. "Esse mecanismo de sobrevivência causa um déficit na nutrição e na oxigenação do couro cabeludo, que não é tido como prioritário pelo corpo", explica o dermatologista Damiê De Villa, do Centro Médico Kurotel, em Gramado (RS). Com isso, o aumento de sebo acaba diminuindo a área do folículo capilar. Assim, ele recebe menor fluxo sanguíneo, menos vitaminas, nutrientes e oxigenação, tendo um ciclo de vida mais curto – o que faz os fios caírem. "A queda relacionada ao stress é difusa, não acontece em regiões específicas como nos quadros de calvície", diz a dermatologista Claudia Marçal. Normalmente, esse problema se caracteriza por fios perdidos desde a raiz. Os desequilíbrios hormonais também são potenciais causadores de quebra dos fios, falta de viço e até do surgimento precoce de cabelos brancos. Um estudo feito pela Universidade de Nova York revelou,

recentemente, que os hormônios liberados durante o stress causam uma diminuição na produção de melanina, pigmento que dá cor à pele e ao folículo capilar, onde nascem os fios. Mas não é só. A produção exacerbada de sebo, incentivada pelo desequilíbrio de hormônios andrógenos, está ligada também à saúde do couro cabeludo, principalmente à dermatite seborreica – que dá aspecto avermelhado e áspero, causa descamação, coceira e ardência. No consultório, uma das soluções para o problema é um aparelho de alta frequência com emissão de gás ozônio, que ativa a circulação do couro cabeludo e tem ação fungicida e bactericida. "Nesse caso, usar xampus esfoliantes, com efeitos detox e purificantes, ajuda a amenizar o problema", diz a fisioterapeuta dermatofuncional Fabiola Fortunato, de São Paulo. Produtos com ativos como ácido salicílico e óxido de zinco na fórmula, por exemplo, têm a função de descongestionar o couro cabeludo sob acúmulo de sebo. Há ainda ampolas para queda capilar, com aminexil e ômega 6, que contribuem para impedir o processo de queda dos fios.



Shampoo Antiqueda Kerium, La Roche-Posay, R\$ 90



Loção Fortificante Hair Solution, Adcos, R\$ 99



Ampola Antiqueda Intensive, Kérastase, R\$ 300 (kit com 12)

Tratamento Capilar Diaboost, Nioxin, R\$ 335



Tratamento Antiqueda Dercos, Vichy, R\$ 280 (12 ampolas)

DANOS POSSÍVEIS

1

Estimuladas pela prolactina, as glândulas sebáceas deixam a pele excessivamente oleosa, o que leva a quadros de acne tardia e dermatite seborreica.

2

Sem as barreiras naturais, a pele fica mais suscetível aos malefícios causados pelo sol e pela poluição e ao surgimento de alergias.

3

O aumento de sebo no couro cabeludo impede que os fios recebam nutrientes. Isso deixa o cabelo mais fino, quebradiço e propenso à queda.

Pontos de LUZ

Esqueça o contorno muito marcado. A tendência atual na maquiagem é a beleza natural, com a pele perfeitamente iluminada e mais (quase) nada. Para isso, os novos produtos dão um realce sutil, com partículas de brilho difusas ou até com textura mate. Descubra como usá-los para alcançar o efeito desejado

TEXTO FERNANDA MORELLI



NATURALMENTE LINDA

O truque n° 1 dos maquiadores, para quem quer exibir uma pele com aparência saudável sem ficar muito produzida, é destacar o centro do rosto. "Aplique um iluminador cremoso ao longo de todo o osso do nariz e no meio do queixo e da testa, espalhando com os dedos ou esfumando com pincel para garantir o efeito natural", explica a embaixadora da Nars para a América Latina, Rafaela Crepaldi, de São Paulo.



BRILHO POR IGUAL

O segredo de uma cintilância homogênea e discreta é aplicar um iluminador líquido em todo o rosto antes da base, que deve ser leve. Outra opção é misturar os dois produtos. "Quem tem pele mais oleosa deve escolher um iluminador mate, com textura sequinha", afirma a maquiadora sênior de O Boticário, Suelen Johann, de Florianópolis.



FOCO PRECISO

Em um look mais produzido, faça um jogo de luz e sombra ressaltando pontos como olhos e maçãs do rosto. Ao escolher os produtos, fique atenta para combinar tons harmônicos (todos dourados ou todos prateados). "Realce o canto dos olhos com sombra perolada e, abaixo das sobrancelhas, use uma versão mate da mesma cor", ensina Johann. Nas temporadas, o produto cremoso, sem partículas de brilho, adere melhor à pele.

BOCA EM EVIDÊNCIA

um iluminador em forma de caneta ou que já venha com o fino para delinear os tablos, -os bem definidos e mais



*Escolha
o seu!*



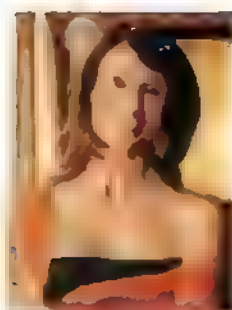
1. The Multiple, Nars, R\$ 219.
2. Mister Radiant Blush, Givenchy, R\$ 199.
3. Chubby Stick Contour Highlight, Clinique, R\$ 129. 4. Lápis Iluminador 4x1, SD Make Up, R\$ 49. 5. Pó Iluminador Meteorites Pearls, Guerlain, R\$ 305.

6. Lorchidee Blush Enlumineur Au Lys Blanc, Sisley, R\$ 550. 7. Iluminador Stick, Vult, R\$ 38,50. 8. Flash Iluminador Color Adapt, Make B, O Boticário, R\$ 69,90. 9. Pó Iluminador Marmorizado, Natura Aquarela, R\$ 49



Baixe grátis o aplicativo Blippar, aponte a câmera do celular para esta página e assista ao vídeo em que Rafaela Crepaldi, da Nars, ensina a fazer um make iluminado. (Dúvidas? Veja instruções na página 14.)

Detox sagrado



**MARISA
DELUCA**
é especialista
em ioga,
meditação
e ayurveda

Eis um ensinamento importante da ayurveda, sabedoria milenar indiana: o ser humano não precisa esperar adoecer para se cuidar. Pelo contrário. Pequenos hábitos inseridos no dia a dia atuam de forma preventiva, purificam nosso corpo de toxinas e trazem bem-estar e saúde ao longo dos anos. São ferramentas simples, de fácil entendimento, que podem ser aprendidas e que certamente ajudam a nos manter saudáveis por mais tempo, contribuindo também para um envelhecimento digno.

As escrituras sagradas nos ensinam que a base de todas as doenças está no acúmulo de toxinas no corpo. Elas vêm de qualquer lugar e obstruem nossos canais de energia. Assim como o colesterol nas veias, impedem o fluxo natural e espontâneo do prana, a energia universal presente no corpo de todos os seres vivos. Quando isso acontece, começamos a sentir um mal-estar generalizado, fadiga crônica, falta de vitalidade – sintomas que os médicos ocidentais relacionam ao stress. Para a ayurveda, esses são sinais certos do desequilíbrio em nossa fisiologia e também a causa de doenças a médio e longo prazos.

Os cinco sentidos são os portais de comunicação dos seres humanos com o Universo. Por meio deles, captamos não apenas influências positivas mas também as toxinas. Elas estão no ar poluído, nos decibéis acima do que nossa capacidade auditiva pode suportar, nos alimentos com agrotóxicos, nas cenas de violência e por aí vai. Isso sem falar das emo-

ções negativas, que são as toxinas mais nefastas. Podemos dizer que, por meio da visão, da audição, do tato, do paladar e do olfato, tanto adoecemos como nos curamos – da mesma forma que captamos o que acontece no mundo e expressamos o que se passa conosco.

Eliminar as toxinas que se formam em nosso corpo e evitar a captação de outras passa por um cuidado vital. Devemos manter nossos cinco sentidos em alerta. Para tanto, é necessário colocar o foco no momento presente e fazer nossas escolhas com atenção e intenção. Podemos também nos cuidar cultivando bons pensamentos e emoções tranquilas. Sem esquecer o entorno. Em casa e no trabalho, cerque-se de coisas bonitas, como quadros, flores e fotos de pessoas queridas. Capriche nos sons agradáveis: uma boa música transforma o ambiente, assim como o fazem conversas enriquecedoras e o silêncio na hora certa. Saiba que tons terrosos e pastel são calmantes, enquanto branco, verde e azul-claro refrescam. Precisa de uma atmosfera energizante? Abuse do vermelho e do alaranjado. Lembre-se ainda de que os seres humanos são muito influenciados pelos cheiros, que podem ser úteis no processo de desintoxicação do organismo. Aromas de baunilha, flor de laranjeira, gerânio, cravo e cardamomo acalmam e minimizam a ansiedade. Perfumes de sândalo, jasmim, lavanda ou rosa refrescam um ambiente abafado. Já os de eucalipto e alecrim estimulam o organismo, contribuindo para acabar com a letargia e a preguiça. Por fim, uma boa massagem diária (recebida de alguém ou feita por você mesma!) ajuda a fortalecer o sistema imunológico.

Que tal experimentar essas mudanças e comprovar seus efeitos? Encaixe esses hábitos em sua rotina e complemente com a sempre bem-vinda prática da meditação. □

"Capriche nos sons agradáveis: uma boa música transforma o ambiente, assim como conversas enriquecedoras e o silêncio na hora certa"



APRESENTANDO
501® SKINNY

LIVE IN **Levi's**

LEVI.COM.BR

CLAUDIA TOP of WOMEN 2017

O prêmio criado por CLAUDIA revela as marcas preferidas das brasileiras e mostra o que elas consideram na hora de escolher um produto

TEXTO PATRÍCIA ZAIDAN* FOTOS JAIME ALVES

O que caracteriza um bom negócio, uma aquisição acertada, uma escolha que traz prazer e completude? Certamente não é aquilo que enche os olhos nem se embala no imediatismo. Comprar em tempos líquidos e de dinheiro escasso requer um pouco mais de cuidado. CLAUDIA investigou o que move as escolhas das mulheres. Criou o Top of Women para descobrir, entre 500 marcas, de 29 categorias, quais as preferidas delas. A pesquisa foi feita pela Editora Abril em parceria com a MindMiners, empresa de pesquisa de mercado online. Foram consultadas 800 brasileiras com mais de 18 anos, das classes A e B1, de todas as regiões do país. O resultado mostrou que elas consideraram preço, qualidade, praticidade, durabilidade, confiabilidade... Mas também

elegem para o seu consumo e o de suas famílias itens produzidos e comercializados por empresas que têm compromisso com o futuro, a saúde do planeta e a vida em sociedade. Conta, como nunca, a ética e o engajamento em causas contemporâneas que combatem o sexismo, a homofobia, o racismo, o desrespeito aos imigrantes. Um olhar atento ao levantamento indicará que as exigentes consumidoras se tornam fiéis às marcas que mantêm valores parecidos com os delas. Uma pesquisa semelhante foi feita com homens e deu origem ao Top of Men, divulgado neste mês na revista VIP. O curioso é que 13 marcas aparecem no topo dos dois rankings. São elas: O Boticário, Nestlé, Ray-Ban, Heineken, Brastemp, Samsung, SmartFit, Tim, Adidas, Absolut, Honda, Mastercard e Net.



Top of Women 2017

ROUPA

1. **Zara**

2. COLCCI

3. FOREVER 21

A Zara conseguiu reverter um problema que poderia ter aniquilado sua reputação. Em 2011, a marca espanhola viu seu nome ligado a práticas de trabalho escravo no Brasil, após o Ministério do Trabalho constatar que uma fornecedora subcontratara oficinas suspeitas de submeter imigrantes a condições degradantes de trabalho. Nos anos seguintes, deu duro para transmitir transparência e melhorar sua imagem, investindo em apoio a imigrantes, auditorias sobre os fornecedores e ações de incentivo à formalização e profissionalização das oficinas. Os artigos de fabricação nacional passaram a ter etiquetas que permitem ao consumidor identificar quem são os fornecedores da matéria-prima e os fabricantes responsáveis por aquela peça.

A mais recente iniciativa, do começo do ano, foi o lançamento no país de uma coleção com bandeira sustentável, intitulada "join life". A linha, com fabricação na Europa, tem foco no reúso de tecidos e na redução de água e energia empregadas na cadeia de produção. Nascida em 1975 em La Coruña, a Zara contabiliza 2 mil lojas no mundo, 56 delas no Brasil, onde chegou há 18 anos. Ajudou a impulsionar o conceito de fast-fashion com uma moda veloz e passageira, que conquistou um público interessado na rotatividade das coleções, em ritmo frequente, sem esperar pela troca das estações. Embora mantenha o perfil global, oferece em cada país produtos sintonizados com as preferências do consumidor local.

JEANS

1. **Levi's**

2. CALVIN KLEIN

3. FORUM

Companheira de quase todos os dias, a calça jeans completou 144 anos. No começo, restringia-se ao vestuário masculino, símbolo de resistência e tenacidade. Há 83 anos, a mulher se apoderou desse emblema, trouxe para si uma roupa que podia proporcionar conforto para o trabalho – a porta de entrada para sua independência. Em 1934, antes da revolução dos costumes, a Levi's descobriu as fazendeiras americanas usando a calça dos maridos para enfrentar a lida no pasto e na lavoura. Inspirada nelas, começou a criar produtos femininos. "A marca faz parte da história de todos nós e traz inovações de olho no que a mulher deseja", diz Marina Kadooka, gerente de marketing da Levi's no Brasil. "Foram anos de pesquisa para conseguir atender a todos os tipos de curvas femininas e produzir calças que valorizem e respeitem o estilo de cada uma."

Para ela, há oito décadas a marca mantém uma relação de sinceridade com a consumidora. O que se reflete no Top of Woman 2017: a inventora da calça jeans recebeu 23,5% dos votos. Kadooka acredita que isso se deve, em grande parte, à forte presença feminina na equipe da Levi's. "Elas leem rapidamente o que esse público pensa e do que precisa. Nos produtos, estão representadas vidas e corpos reais. Nossa calça não esconde, mas valoriza o que há de mais essencial nas pessoas", declara. "Há compreensão sobre aquelas que querem ser aceitas como são e as que não aceitam o modismo determinando seu jeito de ser e agir."

SAPATO • BOLSA

1. **Arezzo**

2. VIA MARTE

3. SCHUTZ

2. LOUIS VUITTON

3. CHANEL

No Dia das Mães deste ano, a sacola que carregava o presente podia ser personalizada com uma mensagem especial. Em outra ação, a pessoa que comprava uma bolsa ou um sapato era estimulada a liberar a veia artística e criar algo customizado usando pins coloridos ou aplicando tinta nos acessórios. Assim, nenhuma outra compradora teria um produto igual. Iniciativas da Arezzo como essas justificam sua eleição em duas categorias do Top of Women, sapato e bolsa. Criada há 45 anos em Belo Horizonte, ela se tornou referência nacional de tradição e bom gosto no setor de acessórios. Com 400 lojas, grande participação em multimarcas e no e-commerce, a empresa produz no gaúcho Vale dos Sinos um novo modelo a cada dia, com um olho nas tendências da moda e o outro nas exigências da clientela. Executivos da marca garantem que ela se mantém em destaque porque sabe escutar a mulher, mantendo um diálogo franco e aberto. "Nossa linguagem inspira essa conversa. Tanto nos meios de comunicação, no serviço de atendimento ao consumidor (SAC), nas redes sociais como nas lojas", afirma Silvia Machado, diretora da Arezzo. "Fazemos isso de forma natural e acolhedora, o que permite maior proximidade." Desde o ano passado, a Arezzo reforçou a relação com a consumidora convocando Gisele Bündchen para divulgar a marca. A imagem da modelo lembra às mulheres que elas podem ser batalhadoras, mães, boas amantes, cidadãs preocupadas com a saúde do planeta e com a paz mundial.

3. ASICS

A marca está sempre olhando para as mulheres. "Chegamos à conclusão de que o desconforto por uma peça que não cai bem, como um top, atrapalha o desempenho da atleta", conta a diretora do departamento feminino no Brasil Camila Maranezzi. Não à toa, a Nike foi a primeira das gigantes do ramo a lançar um hijab – o véu islâmico – adaptado ao esporte. Preocupação que se reflete no apoio às maiores referências mundiais, como a tenista americana Serena Williams e a judoca brasileira Rafaela Silva. "Reunimos uma comunidade global de mulheres inspiradoras e pioneiras para minimizar as diferenças sociais, emocionais e culturais enfrentadas por elas", afirma.



3. CENTAURO

Em fevereiro passado, a Adidas estreou a campanha global Unleash Your Creativity, que fala sobre as mulheres desafiarem os padrões para criar os próprios caminhos. Quinze personalidades participam, incluindo a modelo americana Karlie Kloss e a ginasta brasileira Flávia Saraiva. "Em

O discurso de empoderamento é velho conhecido da marca, segundo o diretor: está nas campanhas, nas redes sociais e na conversa com os consumidores nas lojas. “Essa é uma questão que se discute e, mais do que isso, se coloca em prática.”

Top of Women 2017

ACADEMIA

1. Smart Fit

2. CORPUS

3. BIO RITMO

Com apenas sete anos de atividade, a rede de academias Smart Fit tem mais de 350 unidades espalhadas por 20 estados brasileiros e Distrito Federal, além de presença no Chile, México, Colômbia, Peru e República Dominicana. Um crescimento vertiginoso. “Foi uma ginástica enorme chegar até aqui”, brinca o empresário Edgard Corona, fundador da empresa e dono do grupo Bio Ritmo, que engloba a rede.

Sua equipe criou vários atrativos para estimular malhadores: mensalidades acessíveis (a proposta básica está na casa dos 60 reais) e algumas unidades funcionando no esquema 24 horas, como as da Avenida Paulista e da Vila Olímpia, na capital paulista. Assim, falta de tempo deixou de ser um problema para faltar aos treinos. “A nossa principal ideia é democratizar o fitness de alto padrão”, conta o empreendedor.

O termo *smart* (inteligente, em inglês) também se alinha à proposta de interatividade da nova empreitada da companhia. A academia acabou de lançar um aplicativo, o Smart Nutri, de alimentação equilibrada, que inclui diário de exercícios, sugestões de cardápios e análise da evolução da perda de peso do usuário. Disponível para Android e iOS, o plano básico de app sai por 9,90 reais, com desconto para os clientes. “Temos um impacto positivo na saúde dos brasileiros, que buscam cada vez mais o bem-estar. Agora, oferecemos essa ferramenta para auxiliar o esportista.”

CARTÃO DE CRÉDITO

1. Mastercard

2. VISA

3. AMERICAN EXPRESS

O prazer de estar com amigos não tem preço. A delícia de ver alguém sorrir diante de um afago, uma gentileza, uma descoberta também não. Para todas as outras existe Mastercard. Esta mensagem é uma das mais bem-sucedidas da história da publicidade e também a mais longa: está no ar desde 1997. “O slogan ‘Não tem preço’ já foi usado em 122 países e 53 idiomas”, conta Valério Murta, vice-presidente de produtos e soluções da Mastercard Brasil e Cone Sul. “O conceito foi estruturado depois de uma extensa pesquisa demonstrar que, a longo prazo, as pessoas se preocupariam mais em saborear momentos especiais que cultivar status e poder por meio da aquisição de bens”, diz. É o “Não tem preço” que norteia toda a estratégia de comunicação da casa e serviu de base para conceber o Priceless Cities, encontrado em mais de 40 cidades do mundo – Rio de Janeiro e São Paulo incluídas. Ele oferece acesso a gostosas experiências nas áreas de gastronomia, diversão e hospedagem por meio de descontos ou simplesmente permitindo que se leve um vinho especial para o restaurante sem precisar pagar a rolha. Ainda fazem parte do programa massagens em spas e compras.

A empresa promove ações de apoio ao empreendedorismo feminino e incentiva a participação de mulheres no setor de tecnologia. Nesse escopo, o Girls4Tech, em atividade desde novembro de 2016, incentiva meninas em idade escolar a seguir carreiras nas áreas de ciências, tecnologia, matemática e engenharia.

BANCO

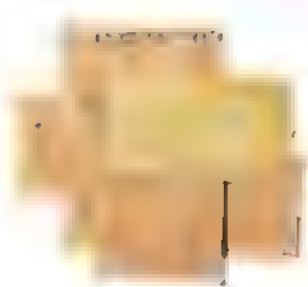
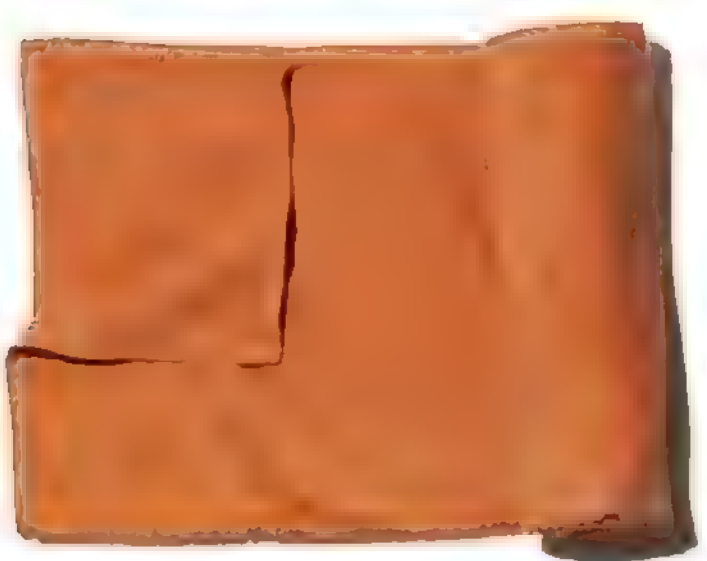
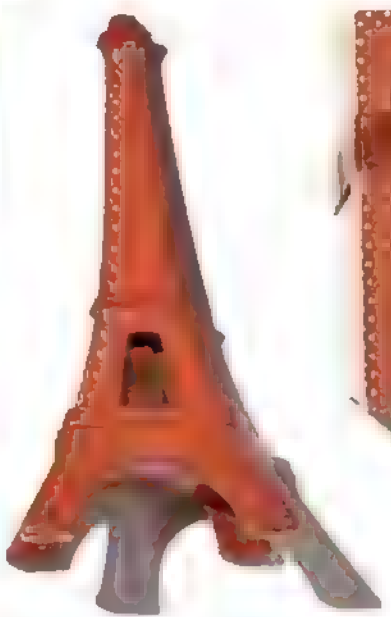
1. Itaú

2. BANCO DO BRASIL

3. BRADESCO

Até 1962, as brasileiras não tinham direito a tirar CPF e, por isso, não podiam ter uma conta bancária. Mesmo que tivessem dinheiro, dependiam do pai ou do marido para lidar com ele. Assim, não desenvolveram nenhuma intimidade com investimentos, não sabiam calcular taxas, entender de rentabilidade etc. A lei foi alterada, mas a mudança não veio de imediato. Na verdade, passaram-se décadas até que uma parcela significativa da população feminina tivesse uma conta. “O que incentivou essa transformação não foi um cartão cor-de-rosa com florzinhas, mas o fato de criarmos um ambiente em que as mulheres se sentissem empoderadas e seguras para tomar decisões financeiras”, explica Andrea Pinotti, diretora de marketing do Itaú Unibanco.

Uma campanha recente, por exemplo, mostrava uma mãe equilibrando trigêmeos no colo e realizando uma transação no celular. “É a conveniência de que todas precisamos. Mas, para evitar a repetição do padrão, também colocamos nas campanhas homens cuidando dos filhos. E mulheres profissionais, executivas”, diz Pinotti. Para desbancar os estereótipos, o Itaú lançou no ano passado a websérie *Vida Real*, que mostra o cotidiano e os desafios orçamentários de brasileiros de diferentes perfis. Entre eles, uma mulher morando sozinha e um pai viúvo. “O banco era um lugar sisudo, mas isso não faz sentido hoje, pois não reflete o cliente de verdade. Nessas campanhas, mostramos nossa ligação emocional para além dos números.”



Top of Women 2017

JOIAS

1. Vivara

2. TIFFANY & CO.

3. H. STERN

É difícil não se apaixonar por brincos, colares, gargantilhas, anéis e pulseiras que aparecem com a modelo Gisele Bündchen, garota-propaganda da Vivara há mais de nove anos.

O criador da marca é o empresário Nelson Kaufman, filho de imigrantes romenos que chegaram ao Brasil perseguindo oportunidades de reinventar a vida. Ele abriu a primeira loja no centro de São Paulo, com uma administração familiar discreta. A grife tem hoje mais de 200 endereços espalhados pelas principais cidades brasileiras. Isso confere a ela o posto de maior rede varejista de joalherias do país. Conhecida pelo belo design e pela qualidade – recebeu o certificado ISO 9001 –, a marca é uma das principais responsáveis por popularizar o uso de joias entre as brasileiras. “A Vivara foi pioneira em tornar esse presente tão especial em um acessório possível. Isso faz parte da nossa filosofia de trabalho”, explica a diretora Florence Scappini.

Não é tarefa fácil: de um lado, a Vivara cultiva o perfil democrático; de outro, não perde de vista o luxo, o requinte e o bom gosto, valores associados à categoria. A mulher que usa as peças da grife pode ser uma executiva da classe AA ou uma universitária que se encantou com um brinco de pérolas e ouro amarelo que custa cerca de 350 reais. O que une as duas é o desejo de sair com uma joia bonita e de qualidade inquestionável. “Proporcionamos às consumidoras uma experiência inesquecível, independente de sua classe social.”

RELÓGIO

1. Champion

2. MICHAEL KORS

3. ROLEX

Moda nos anos 1980, o relógio que possibilitava variar as pulseiras e o visor foi relançado com estrondo pela Champion em 2009. E segue sendo sucesso. Até o ano passado, foram vendidas mais de 6 milhões de unidades. O modelo representa pelo menos 10% de todo o volume de vendas anuais da marca. “Com a reedição, muitas mulheres voltaram a usar relógio de pulso; e ele passou a ser enfatizado como item de estilo”, diz Roberto Graziano, presidente do Grupo Magnum, que incorporou a Champion em 1993.

O novo relógio troca-pulseiras, com vasta cartela de cores, sacramentou a ideia de versatilidade – aposta da empresa para atrair as consumidoras mais exigentes e interessadas em novidades frequentes. Por ano, são lançados 500 designs femininos ante 70 masculinos. “O homem é mais clássico, enquanto a mulher solicita uma gama de opções, alinhadas às tendências da moda”, explica Graziano.

A marca busca garantir também certa exclusividade para a consumidora. Com tanta variedade, ela sente que dificilmente vai se deparar com uma amiga usando um relógio igual. Eleita na categoria relógios por quase 15% das pesquisadas, a Champion está espalhada por 10 mil pontos de venda no Brasil – que variam de lojas de bairro a grandes magazines. Segundo o presidente, aliado a preços competitivos, isso permite que o produto esteja visível e acessível a um público cada vez mais amplo e heterogêneo.

ÓCULOS

1. Ray-Ban

2. CHILLI BEANS

3. ANNA HICKMANN

De James Dean a Michael Jackson, não faltam famosos fotografados usando um Ray-Ban. Desenvolvidos inicialmente para pilotos da força aérea americana que relatavam dores de cabeça por causa da claridade nos voos, os óculos começaram a ser vendidos para o público em 1937. O primeiro modelo foi, claro, o tradicional aviador, aprovado pelos militares. Com o tempo, a variedade de perfis aumentou.

Desde o seu início, a marca trabalha a ideia de autenticidade e genuinidade, se posicionando com produtos que permitem expressar atitude – qualquer que seja ela. O charme, por exemplo, é enfatizado em *Bonequinha de Luxo*, de 1961. O modelo wayfarer é um dos acessórios que Audrey Hepburn usa na construção de sua personagem.

A grife foi ao fundo do poço nos anos 1990, quando chegou a ter seus modelos vendidos a 20 dólares em postos de gasolina. Em 1999, foi comprada pelo grupo italiano Luxottica e experimentou nova ascensão. A marca ganhou muitos modelos e apostou em um design mais inovador. O público atual continua acreditando que Ray-Ban transmite autenticidade, criatividade, qualidade e individualidade e está associada à cultura jovem. Por isso, as mulheres se sentem representadas: os óculos ajudam a passar a imagem que desejam. Pode ser de rebeldia, independência, autoconfiança ou elegância discreta.

BATOM

1. M.A.C

2. AVON

3. O BOTICÁRIO

Em 2002, quando chegou ao Brasil, a canadense M.A.C trouxe também um produto cobijadíssimo entre as brasileiras: o famoso batom vermelho Ruby Woo. Antes disso, seu tom mais popular era comumente pedido a amigos e familiares que viajavam ao exterior. Não demorou para o Ruby Woo esgotar por aqui – o que já aconteceu diversas vezes. Além da cor e da qualidade, o produto carrega a essência e os valores da M.A.C. Voltada para descoladas que valorizam a própria beleza e querem ressaltar os traços pessoais, a marca acredita em um mundo com mais diversidade e igualdade. “Por isso temos tantas cores, uma gama extremamente abrangente de tons de pele”, diz Edith Meireles, diretora da M.A.C. no Brasil. “Nossa consumidora tem a liberdade de ser quem ela quiser e para isso devemos estar abertos, como marca, a todos os estilos e pessoas.” Não é à toa, portanto, que a percepção da M.A.C por suas consumidoras vai muito além de batons, blushes e máscara para cílios. Com o slogan “Eu sou a Garota M.A.C!”, o ícone drag RuPaul inaugurou a campanha M.A.C Aids Fund, que traz como representantes estrelas de diferentes estilos, mas com algo muito forte em comum: o espírito de irreverência e amor pela vida. A campanha, que reverte 100% do lucro de cada batom da linha Viva Glam, dá suporte a entidades espalhadas pelo mundo, oferecendo assistência social a portadores de HIV/Aids, além de manter pesquisas e programas de prevenção.



PERFUME • HIGIENE E BELEZA

1. O Boticário

2. CAROLINA HERRERA

2. L'ROCHE-POSAY

3. DOLCE & GABBANA

3. NATURA

O carinho e a proximidade com os clientes, de quando a gigante O Boticário era uma simples farmácia de manipulação, permanecem como valores na empresa fundada por Miguel Krigsner em 1977. Talvez por isso, a marca mantenha a essência, mesmo com mais de 3,7 mil lojas no Brasil, e tenha sido a preferida das consumidoras em duas categorias do Top of Women: Perfume e Higiene e Beleza. “O laço que criamos com as consumidoras é muito forte. Seja pelo cheiro ou pelo frasco, os produtos que fazem parte da nossa história compõem a delas também”, diz Cristiane Irigon, diretora de comunicação do grupo. “É muito comum chegarem pedidos para relançarmos um perfume porque aquele aroma traz uma lembrança boa

da vida delas.” Não é raro também considerar esses pedidos. Foi assim com Insensatez, o perfume sem gênero, dos anos 1990, que voltou ao portfólio neste ano. Grande parte do contato com o público se dá na internet. “Temos a maior rede social do país no setor. É uma conexão com troca, engajamento e cumplicidade, algo muito valorizado por nós”, conta a executiva.

Desde 2015, a marca aposta em ações que refletem a sociedade contemporânea. Em seus comerciais, estão incluídas solteiras, casadas, divorciadas, idosas, as novas famílias e as inúmeras formas de amor. “Tratamos esses assuntos com a naturalidade e o respeito que merecem.” Para ela, o importante é expressar o afeto e os bons momentos em família.



SMARTPHONE

1. Samsung

2. IPHONE/APPLE

3. MOTOROLA

Nos anos 1970, a mulher entrava expressivamente no mercado de trabalho e precisava de ajuda nas tarefas domésticas. A Samsung Electronics, surgida em 1969, na Coreia do Sul, com a fabricação de TVs, entendeu a demanda e tratou de pensar em eletrodomésticos que resolvessem os problemas na cozinha. Vem daí a identidade com uma nova cidadã, que se emancipava no mundo todo. Logo depois, acrescentou computadores à sua lista de produtos e, hoje, ocupa também posição privilegiada no mercado de smartphones. “A marca foca em possibilidades. Por isso inspiramos a consumidora a buscar todas elas e a acreditar que estão ao seu alcance”, diz Loredana Sarcinella, diretora sênior

de marketing da divisão de dispositivos móveis da Samsung Brasil. Ela cita a campanha, do começo do ano, que lançou a nova cor do Galaxy S7: o azul. No filme, uma criança procura pelo dono do smartphone e, para surpresa geral, o dono é uma mulher. “A mensagem é contemporânea, quebra barreiras”, explica. Mais que os homens, elas se conectam em redes, se divertem no universo digital. “E são exigentes. Procuram produtos com design arrojado e bom custo-benefício”, afirma. A marca foi eleita por 36,7% das entrevistadas. Para Sarcinella, é um feedback importante. “Devemos ouvir esse público que tem força na economia. A Samsung está atenta a ele”, comenta.

OPERADORA

1. Tim

2. VIVO

3. CLARO

No país, 102 milhões de pessoas estão conectadas pela internet. Para 89% delas, o celular é a principal via de acesso à web, de acordo com dados do Comitê Gestor da Internet no Brasil. Aqui, cerca de 70% dos usuários têm acesso às coberturas 3G e 4G.

Mais moderna tecnologia de telefonia móvel, a rede 4G é a principal aposta da TIM, líder nesse tipo de cobertura, alcançando quase 1,5 mil municípios. “Entendemos que as pessoas procuram soluções simples, preços acessíveis e, principalmente, uma boa experiência de navegação. Isso justifica o investimento em infraestrutura”, diz Ana Paula Castello Branco, diretora de Advertising e Branding Management da TIM Brasil. A ampliação da internet móvel atinge sobretudo as mulheres – elas são as maiores usuárias em dispositivos móveis, aponta um levantamento da Nielsen Ibope. Na maioria dos pacotes oferecidos, o produto principal é a internet. O serviço de telefonia vem depois. Há atrativos como os chamados planos TIM Controle, com contratos a partir de 39,90 reais, que costumam combinar largo limite de ligações telefônicas, acesso à rede e outros serviços exclusivos da TIM, como o streaming de música Deezer e uma banca virtual com dezenas de revistas. Também têm grande consumo os aplicativos TIM Espaço Mulher, com informações sobre saúde, moda e beleza; e o TIM Gravidez, que disponibiliza artigos de especialistas e ajuda a acompanhar a gestação, o nascimento e o crescimento do bebê.

COMPANHIA AÉREA

1. Azul

2. GOL

3. LATAM

“Oferecemos, em nossos voos, snacks à vontade. As crianças adoram a bala de gelatina em forma de avião e a TV individual, com variedade de canais”, diz Claudia Fernandes, diretora de marketing e comunicação corporativa da Azul Linhas Aéreas. “As mães aproveitam o voo, sabendo que os filhos estão entretidos.” Na Azul, cerca de 135 aeronaves transportam 25 mil pessoas por ano, entre 102 destinos, e há ônibus de graça para traslado de alguns aeroportos a cidades vizinhas. A companhia, inaugurada em dezembro de 2008, é a que mais cresceu no país, com 792 decolagens diárias, tornando-se a terceira em tamanho. As rotas internacionais atingem Buenos Aires, Punta Del Este, Montevideu e Caiena, capital da Guiana Francesa. Recentemente, a expansão chegou a Estados Unidos e Portugal.

Mais duas práticas que conquistaram os consumidores: o apoio ao combate ao câncer de mama. No ano passado, a Azul lançou a campanha “Quem se cuida voa mais longe”, participando do Outubro Rosa, esforço de conscientização sobre a doença. Duas aeronaves tiveram a fuselagem pintada de rosa, as 11,4 mil agentes de aeroporto e as 1,5 mil comissárias de bordo usaram um lenço da mesma cor. Alguns voos receberam a visita das Vitoriosas, como são chamadas as mulheres que venceram a doença. Em dez cidades, antes do fechar das portas, elas entravam para transmitir dicas de detecção precoce e contar suas histórias de enfrentamento do câncer.

CARRO

1. Honda

2. FIAT

3. VOLKSWAGEN

“O poder do sonho” é o mote da fabricante de motores e automóveis Honda. A empresa defende que não há força maior do que os desejos e as expectativas de futuro para nos estimular. Foi sobre esse pilar que a fábrica, criada em 1948 no Japão, se expandiu, levando seus produtos a 160 países. No Brasil, a Honda chegou em 1971, onde rapidamente se tornou conhecida pelas motos potentes e o melhor custo-benefício. Os modelos populares e baratos são os mais consumidos do mercado e servem de instrumento de trabalho – especialmente nas periferias, nos rincões e zonas rurais do Norte e Nordeste. Nessas regiões, as distâncias são longas e o transporte coletivo é quase inexistente.

Desde a origem, a marca tem como missão fazer automóveis para os apaixonados por mobilidade. Nos últimos anos, campanhas relacionando a paixão à possibilidade de chegar mais longe incluíram estrelas famosas de Hollywood, como as atrizes Amy Adams, Viola Davis e Tina Fey. Mostrá-las foi mais do que uma tacada de glamour. “As mulheres estão cada vez mais atentas a detalhes como economia de combustível, segurança, preço de revenda e boa assistência técnica”, afirma Marcos Martins, gerente-geral de vendas da Honda Automóveis. Também segurança e conforto entram nas prioridades delas. Segundo Martins, a marca, independentemente de gênero, preocupa-se em mostrar que o carro é apenas uma máquina. Sua potência e bom desempenho estão a serviço do motorista.

TV POR ASSINATURA

1. Net

2. SKY

3. VIVO

“A mulher quer praticidade, preço competitivo, diversidade no conteúdo e qualidade dos serviços acessados pela TV, por tablets e smartphones. A NET une todos esses quesitos”, diz Marco Dyodi, diretor de marketing da empresa. Ele atribui a vitória no Top of Women também à praticidade dos serviços que a marca oferece para a casa e fora dela. “Somos líderes de ultravelocidade em banda larga e temos a maior programação em HD do mercado, com mais de 35 mil títulos no Now para serem assistidos quando, onde e quantas vezes ela quiser.” Para Dyodi, tudo é planejado levando em consideração o tempo que a cliente não tem para perder: “A mulher consegue acompanhar suas séries preferidas, programas semanais e os principais lançamentos do cinema sem ter que mudar sua agenda”. O executivo aponta também a preocupação crescente em entender os assinantes da melhor maneira possível. “Pesquisas que realizamos com equipes especializadas indicam que o público dos nossos canais muda permanentemente”, conta. “Hoje, podemos garantir que um canal como o GNT, que tem uma programação com perfil mais feminino, é assistido por toda a família, incluindo os homens, que se ligam mais nas pautas das mulheres.” O diretor lembra ainda que elas têm ampliado o raio de interesses, que vai além dos canais geralmente voltados ao público feminino. “Elas vêm assinando, em números expressivos, o canal Combate, que transmite lutas.”

Top of Women 2017

CAMA, MESA E BANHO

1. MMartan

2. TEKA

3. ZELO

Entre os produtos icônicos da MMartan estão o aromatizador de ambientes Bamboo, os lençóis de mil fios e o kit de seda, que traz um jogo de cama completo. Fundada em 1985, a empresa mantém mais de 170 lojas no país. Além da marca própria, comercializa, há 14 anos, as peças de alto padrão da tradicional Casa Moysés, voltada ao público A. “Difícilmente alguém encontra um produto com a mesma qualidade da Casa Moysés nas lojas brasileiras ou em qualquer outro lugar do mundo”, garante Marcus Maciel, diretor-geral de varejo.

Desde 2009, a empresa faz parte de um dos maiores conglomerados têxteis de cama, mesa e banho do planeta, a Coteminas. A operação está localizada em Vinhedo, no interior paulista, de onde um centro de distribuição, instalado em uma área de 20 mil metros quadrados, supre o abastecimento da rede de lojas próprias e franquias. Entre as consumidoras da MMartan não há um rosto específico. “Pelo contrário, elas têm diferentes idades e estão em fases distintas da vida: a jovem mãe, a que tem um estilo bem urbano, a mais tradicional...”, enumera Maciel. “Nas campanhas e nas redes sociais, falamos com todas elas. Nosso principal objetivo é encantar as clientes fiéis”, conta. Ele atribui a fidelidade à marca ao enorme cuidado que abrange desde a concepção do produto até a atenção nas lojas e no pós-venda. “Muitas vezes, as clientes passam a comprar nossos itens por indicação de suas mães.”

DECORAÇÃO

1. Tok&Stok

2. ETNA

3. TODESCHINI

Com 43,7% dos votos, a Tok&Stok é a primeira colocada em decoração e também a mais mencionada entre as concorrentes das 29 categorias. “Ninguém é lembrado se não se faz presente de forma significativa na vida das pessoas”, comemora Flávia Lucena, gerente de comunicação e marketing de relacionamento. “Dialogamos com os dois sexos, mas 70% dos nossos clientes são mulheres. Elas percebem a pluralidade das nossas coleções.”

Além dos endereços físicos em 18 estados, o meio digital ampliou a interação com o público. A base do triunfo está na exposição do preço sobre o produto, a comodidade da pronta entrega, a possibilidade de encontrar um grande estoque de objetos no mesmo local e – a melhor das sacadas – a venda de peças avulsas, permitindo à clientela formar uma decoração personalizada, com linhas e estilos diversos. Até a criação da marca, isso era impensável no Brasil.

O conceito aportou aqui com um casal de franceses. Ao se mudarem, Régis e Ghislaine Dubrule sentiram a dificuldade de montar uma casa com rapidez e de forma que combinasse com o estilo de vida deles. Observando a lacuna do mercado, abriram em 1978 um espaço com esse perfil. A empresa é identificada com a contemporaneidade, oferece móveis e objetos leves, de design jovem e bom custo-benefício. Com mais de 12 mil itens exclusivos e criativos, sendo alguns assinados por artistas nacionais e internacionais, a Tok&Stok mantém sua filosofia há quase 40 anos.

ELETRODOMÉSTICOS

1. Brastemp

2. ELECTROLUX

3. SAMSUNG

“Não é assim uma Brastemp.” Essa expressão marcou o público nos anos 1990 e garantiu longa repercussão da campanha intitulada Não Tem Comparação. O slogan não está mais nas propagandas, mas soa familiar ainda hoje. Com uma gama de produtos que vai de geladeiras e máquinas de lavar a purificadores de água e coifas, a marca, que faz parte do grupo Whirlpool Latin America, segue há 60 anos como sinônimo de qualidade e inovação: lançou a primeira lava-louças produzida no Brasil, trouxe a tecnologia Frost Free, aproveitou o espaço da porta da geladeira, surpreendeu com os frigobares coloridos de design retrô e foi a pioneira na personalização de eletrodomésticos. Em 2014, fez uma geladeira e um fogão conectados à internet. Segundo os executivos da marca, novidades como essa são resultado do conhecimento profundo do consumidor e de sua natureza inventiva.

A Brastemp lançou recentemente uma campanha para apresentar sua nova assinatura: “Sem dúvida, Brastemp”. Ela reforça a performance do portfólio e renova a linguagem, explorando a pós-modernidade. O desafio é reforçar o legado e projetar a marca para o futuro. Por isso, foi aberta a Brastemp Experience, casa na capital paulista onde o público se conecta com a Brastemp para vivenciar as experiências diferentes que os produtos podem proporcionar.



SEGURADORA

1. Porto Seguro

2. BRADESCO SEGUROS

3. ALLIANZ SEGUROS

Durante muito tempo, o ramo dos automóveis foi considerado a menina dos olhos do mercado de seguros. Nos últimos anos, porém, o segmento sofreu um impacto negativo no rastro da queda na venda de veículos. A Porto Seguro vem conseguindo contornar a dificuldade disponibilizando uma variedade de produtos: seguro residencial, de viagem, de vida e saúde e odontológico. Mas as mulheres queriam mais. "Para nos comunicar

diretamente com elas, não bastava apenas adotar a linguagem feminina", explica Ronaldo Celestino, gerente de marketing institucional da empresa. "Era preciso oferecer meios para resolver as necessidades delas." Assim, em 2010 uma modalidade foi desenhada sob medida. O Seguro Auto Mulher, além de cobrir as demandas relacionadas ao carro, tem benefícios como reparo em eletrodomésticos, ajuda emergencial na residência para

solucionar vazamentos e danos na rede elétrica e hidráulica. Basta ligar, e algum associado à Porto também comparece para instalar varal de teto, prateleira, olho mágico, varão de cortina e quadros. Ou ainda para uma consulta veterinária, se o animal de estimação adoecer. Esse seguro dá desconto na contratação de um sistema de vigilância residencial, que adota câmeras, e até na mensalidade de academias de ginástica.

Top of Women 2017

CERVEJA

1. Heineken

2. SKOL

3. BUDWEISER

Em 2016, a Heineken – marca de cerveja holandesa que chegou ao Brasil seis anos antes – veiculou um comercial de TV em que três homens eram convidados para um evento em São Paulo. A festa aconteceria em comemoração à final da Champions League, principal campeonato de futebol da Europa. Para ficarem à vontade, eles podiam mandar as namoradas curtirem o feriado viajando, uma cortesia da cervejaria. Elas toparam e, no dia do jogo, no telão da festa, as três apareciam em Milão, para onde haviam sido levadas para assistir à partida ao vivo. “Já pensou que ela pode gostar de futebol tanto quanto você?”, questionava o filme, premiado no Festival de Cannes. “O mercado de cerveja foi, por anos, um segmento que explorou a figura da mulher para vender mais. Esse nunca foi o pensamento na Heineken”, afirma Vanessa Brandão, diretora da marca. “Em vez disso, usamos o humor e a criatividade para atingir o público, composto quase na mesma proporção de homens e mulheres”, diz. Isso foi captado pela consumidora brasileira, que aponta, no Top of Women, a Heineken como favorita do segmento, desbancando conhecidas marcas nacionais.

A estratégia de derrubar visões estereotipadas de gênero, entretanto, só funciona se a mensagem for verdadeira. Por isso, a Heineken investe em ações que possam agradar ao público feminino. “Fazemos festas disputadas no alto de prédios em São Paulo, como as realizadas nos *rooftops* dos Estados Unidos. Elas adoram.”

DESTILADO

1. Absolut

2. SMIRNOFF

3. JOHNNIE WALKER

Quase 100 milhões de litros de vodka Absolut são produzidos anualmente em um pequeno vilarejo medieval no sul da Suécia, de onde saem todos os ingredientes da fórmula. Dali, são exportados para todo o mundo. Mas Luana Iurillo, gerente de marketing de white spirits da Pernod Ricard, detentora da Absolut, garante que não é só o rigoroso controle de qualidade e o sabor que conquistam consumidores dos bares europeus aos cariocas: “Temos o propósito de criar uma sociedade melhor, sem segregações. Apoiamos causas LGBT e a pluralidade em todas as esferas da vida. O consumidor busca marcas com valores semelhantes aos seus”.

É por isso que as propagandas da vodka eleita pelas brasileiras exaltam figuras históricas inspiradoras, que promoveram ações para mudar comportamentos na sociedade. Ou são pessoas corajosas, dispostas a extrapolar seus limites pessoais, sem denegrir o próximo ou tirar vantagens sobre ele. Mais do que as garrafas elegantes ou os rótulos, são as atitudes da Absolut que revelam sua conexão com o feminino. Neste ano, a marca apoiou o projeto Women x Women, em que 11 artistas internacionais tiveram seus trabalhos expostos pelas ruas de Nova York. A iniciativa foi para combater o achado de uma pesquisa. Segundo esse levantamento, apenas 5% das obras exibidas no aclamado Metropolitan Museum of Art, da cidade, eram produzidas por mulheres.

ALIMENTAÇÃO

1. Nestlé

2. COCA-COLA

3. BAUDUCCO

Mulheres encarando situações difíceis – uma é assediada pelo chefe; a outra, médica, sai de uma cirurgia desafiadora. Cada uma delas se lembra das crises superadas na infância e adolescência: do bullying ao constrangimento imposto por garotos desrespeitosos. A força para derrubar as agruras, recordam, veio do esporte. E Nescau forneceu a energia necessária para que elas jogassem futebol, nadassem, corressem... Esse é o enredo da mais recente campanha do achocolatado, produto da suíça Nestlé.

Em 150 anos de existência – 96 deles no Brasil –, a maior empresa de alimentos do mundo construiu um histórico de parceria com a mulher por meio de 2 mil produtos, que vão do caldo de galinha Maggi ao café Nespresso. Propondo mais saúde e bem-estar, a Nestlé a acompanha em todas as etapas, incluindo a maternidade e a terceira idade. Sua comunicação é permeada por valores que dignificam a existência humana. O propósito nem sempre está associado diretamente à divulgação de produtos. No projeto O Valor do Feminino, promovido pelo leite desnatado Molico, homens contam situações em que encontraram em si mesmos forças que observaram nas mulheres – isso leva a mudanças de comportamento e a uma convivência mais harmônica. A chamada para acessar o site é composta de vídeos e artigos e diz: “Em tempos em que as mulheres convergem para os centros de decisão, convidamos você a conhecer a série”. Tudo isso contribui para a relevância e a solidez da marca.

3. WALMART

Produção: Fabiano Neves/Agradecemos, Levi's, Arroz, Nike, Adidas, Genzaro, Bna, Alvara, Champion Ray-Ban, M.A.C., O Boticário, Samsung, Ubatí, Honda, M.M. Marat, Nestlé



3. VANISH

o que já não fazia sentido. Nos anos 1980, a marca investiu no aperfeiçoamento tecnológico e convocou as consumidoras a dar testemunhos sobre o desempenho do produto, atestando que valia a pena pagar mais caro por ele. No início do século 21, a publicidade trocou a praticidade pelo viés emocional com o slogan: "Não há aprendizado sem manchas". Por que sensibilizou milhares de mães? As mulheres arrastavam certa culpa por trabalhar muito e seguir a rotina dos filhos menos do que gostariam. A mudança é um marco. O produto tornava-se parceiro na tarefa de educar e fazer com que as crianças crescessem livres, apesar dos eventuais tropeços pelo caminho.

Estrela da capa

O PLANO DA B FELICIDADE

Rica, poderosa, bem-sucedida na carreira e na vida pessoal, Sheryl Sandberg, o braço direito de Mark Zuckerberg no Facebook, viu seu mundo virar de cabeça para baixo com a morte do marido, há dois anos. Mergulhou fundo na dor do luto para voltar à tona com uma nova história e uma lição de esperança e coragem

TEXTO CYNTHIA DE ALMEIDA FOTO JOHN LEE



“E assim começou o restante da minha vida”,

escreveu Sheryl Sandberg, a poderosa chefe de operações do Facebook, ao narrar os momentos trágicos que antecederam o último abraço no corpo do marido, Dave Goldberg, morto poucas horas antes, vítima de um infarto fulminante na academia de um resort mexicano.

Era maio de 2015 e o restante da vida dela, de repente, não se parecia em nada com o horizonte sem limites que ela acenara às mulheres, dois anos antes, ao escrever o livro *Faça Acontecer – Mulheres, Trabalho e Vontade de Liderar*, em que encampara a causa da equidade de gênero na carreira. Sem o marido, ele também um executivo superbem-sucedido do Vale do Silício, parceiro querido e pai de seus dois filhos, Sandberg, então com 45 anos, habituada a resolver qualquer coisa, viu-se pela primeira vez diante de algo que não podia consertar. “Fazer acontecer?”, perguntou-se. “Eu mal conseguia ficar em pé.”

Um dos impactos inesperados do luto foi a perda da autoconfiança: “Eu achava que nunca mais poderia ser uma boa amiga, que não seria mais capaz de fazer bem o meu trabalho”. Em seu primeiro dia de volta à empresa, dez dias depois da morte do marido, pegou no sono durante uma reunião, confundiu-se sobre um colega e saiu às 14 horas para buscar os filhos na escola. À noite, ligou para o chefe, Mark Zuckerberg (fundador e presidente do Facebook) e disse que não sabia se deveria estar lá. “Mark respondeu: ‘Fique em casa o tempo que precisar. Mas, sinceramente, gostei muito de tê-la aqui hoje. Você trouxe dois pontos muito importantes para a reunião.’” Esse pequeno voto de confiança teve um grande efeito sobre ela.

Dois anos depois de sua “queda no vazio”, como descreve o início desta segunda e não planejada vida, e de aprender que teria que mergulhar na própria dor até bater o pé no fundo e tomar impulso para cima para respirar novamente, Sheryl Sandberg volta à superfície com um livro sobre a construção da resiliência diante da adversidade e o resgate da felicidade, escrito a quatro mãos com o psicólogo Adam Grant.

Plano B (Editora Fontanar, 39,90 reais), no topo da lista dos mais vendidos nos Estados Unidos e recém-lançado no Brasil, é um livro comovente e corajoso. Primeiro pela franqueza com que a autora revela os detalhes mais íntimos da própria dor e descreve momentos privados que as pessoas geralmente se constrangem em compartilhar. Como o choro, todas as noites, no colo da mãe, até dormir para acordar no dia seguinte sem imaginar como o mundo podia continuar a existir sem Dave. E, principalmente, pela sensibilidade de perceber que expor o próprio sofrimento poderia inspirar e ajudar outras pessoas.

O livro é sobre aprender a viver sem o plano A. Desde o falecimento do marido, conta Sandberg, tem ouvido muitas pessoas dizerem “não conseguir imaginar como ela está ali, de pé, em vez de ficar só deitada num canto em posição fetal”. Ela reconhece a si própria nessa afirmação. Lembra de ter pensado o mesmo ao ver um colega no trabalho

depois de perder um filho, ou ao encontrar um amigo tomando um cafezinho depois de um diagnóstico de câncer. Quando passou para o outro lado, sua resposta mudou para: “Eu também não imagino, mas não tenho alternativa”.

Na verdade, teve, sim: tirar o máximo da opção B que a vida lhe reservou. No caso dela, isso significou levantar do chão depois da perda do amor da sua vida; reconhecer a própria vulnerabilidade e a força inesperada diante da tragédia; cuidar sozinha dos filhos; voltar ao trabalho; recuperar o humor, a esperança e até a alegria de sair e se divertir (ela está namorando há um ano com Bobby Kotick, fundador de uma empresa de games). Foi sobre todas as dores e vitórias desse processo que Sheryl Sandberg falou nesta entrevista exclusiva a CLAUDIA.

Depois da morte de Dave, você começou um diário (foram mais de 100 mil palavras em cinco meses) e terminou por escrever um livro, que está agora no topo da lista dos mais vendidos. Como isso ajudou em seu processo de luto?

A vida inteira tentei ter um diário, que sempre iniciava e abandonava alguns dias depois. Foi só quando decidi fazer a pesquisa para o livro que vi como o diário me ajudou. Comecei na manhã do enterro de Dave, quatro dias após sua morte. “Hoje vou enterrar meu marido” foi a primeira frase que es-

“Eu costumava achar que o amor só podia acontecer quando alguém está vivo. Agora sei quanto se pode amar alguém depois da morte”

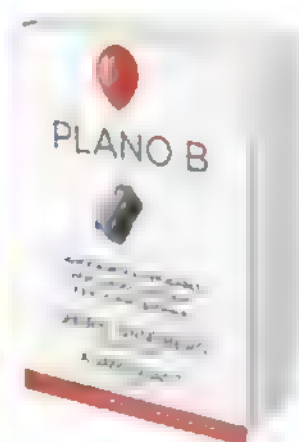
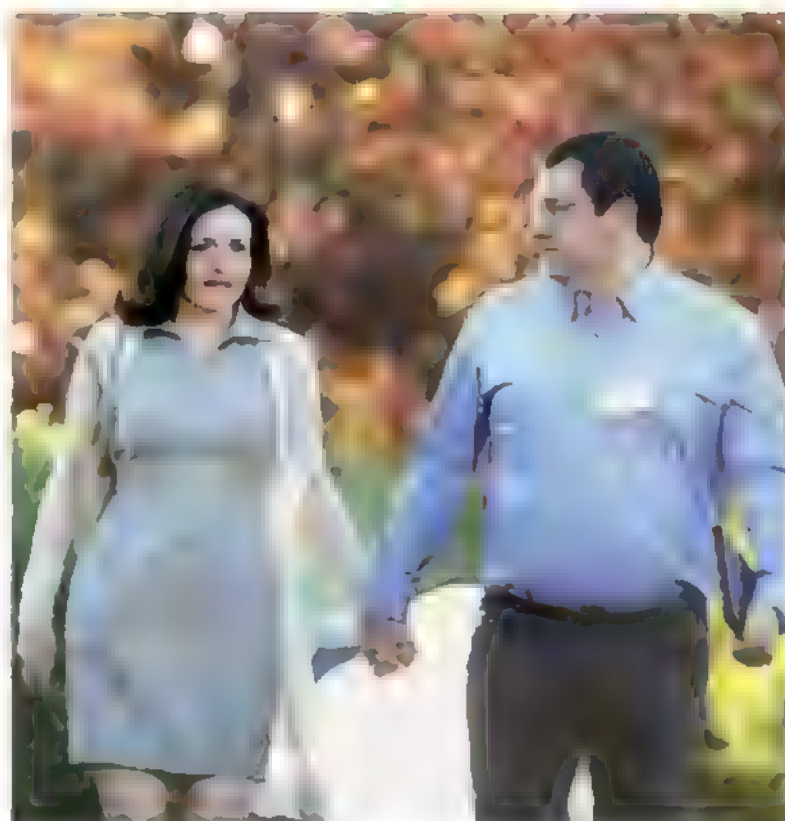
crevi. Um diário onde você expressa suas emoções é superimportante para processá-las. É fundamental ser capaz de articular o que está acontecendo com você. Mais tarde, passei a trabalhar no livro, que, além do meu relato pessoal, tem outras duas partes: as pesquisas sobre adversidade e felicidade e histórias de outras pessoas. Ambas me ajudaram tremendamente. Saber o que os psicólogos vêm estudando há anos sobre resiliência me trouxe esperança. E as histórias de outras pessoas que sofrem ou sofreram adversidades foram incrivelmente inspiradoras.

Você conta que passou pelos três Ps da teoria do psicólogo Martin Seligman sobre como as pessoas lidam com a adversidade: a personalização (impressão de que a culpa é sua), a permeabilidade (sensação de que o acontecimento negativo vai afetar todos os setores da sua vida) e a permanência (crença de que a tristeza vai durar para sempre). Como você superou essas armadilhas?

Saber que são armadilhas me ajudou muito. A questão da personalização, de achar que era minha culpa, foi tremenda desde o início. Eu, de fato, me culpava por tudo e tive que parar de pedir desculpas o tempo todo. Só consegui quando Adam (*Grant, psicólogo e coautor de Plano B*) me disse que, se eu continuasse a me culpar, meus filhos não iriam se recuperar. Tive que combater a permeabilidade e encontrar algo de bom em outras partes da minha vida. E, finalmente, pude entender que nada é permanente: não vou me sentir assim para sempre.

O que mais foi preciso mudar para seguir adiante?

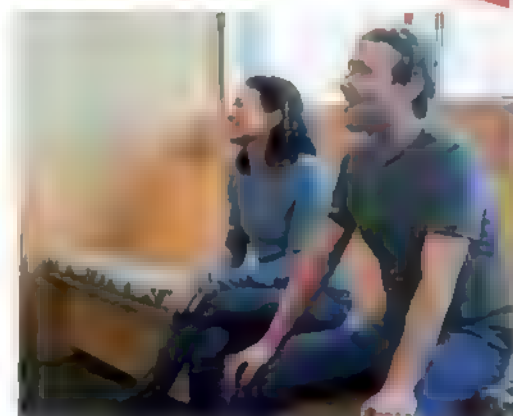
Uma das lições surpreendentes aprendidas com Adam foi que sempre pode



ser pior. Um dia ele me disse isso e pensei: "Meu marido acaba de morrer e você está brincando?". Ele me fez enxergar. "Bem, ele podia ter tido o ataque cardíaco enquanto dirigia com seus filhos." Levei um baque! É verdade! E isso me fez ser grata, de maneira totalmente diferente, por meus filhos estarem vivos.

Você entrou para um clube do qual ninguém quer ser sócio. O que tem aprendido com outras viúvas ou pessoas que sofreram perdas?

Esse convívio é absolutamente necessário. Importante para entender e para ser entendida. Junto com o livro, lançamos uma comunidade virtual, a optionb.org, e também o perfil [Facebook.com/Optionbcommunity](https://www.facebook.com/Optionbcommunity) para promover a conexão de pessoas que estão lidando com os mesmos desafios. Há, entre outros, um grupo maravilhoso, o Option B: Coping with Grief, com 8 mil membros, onde publico posts com frequência.



De cima para baixo: Sandberg com Dave, em 2009; a capa do livro; e a executiva com Zuckerberg

É uma troca poderosa. Não é alegre, mas é tremendamente acolhedora.

O que aprendeu sobre resiliência?

Aprendi que tenho mais do que supunha. Há uma citação no livro que adoro: "Somos mais vulneráveis do que pensamos, mas mais fortes do que imaginamos". Aprendi quanta força meus filhos têm. Aprendi quanta força eu posso ter quando não tenho outra escolha. Aprendi a ser mais grata – eu não gostava de festejar meu aniversário e fazia piadas sobre ele. Só comemorava de cinco em cinco

Estrela da capa

"Aprendi a ser mais grata. Não gostava de festejar meu aniversário e fazia piadas. Desde que Dave morreu, nunca mais deixei de comemorar"

anos! Nunca mais fiz ou farei piadas sobre um aniversário de novo.

Vai celebrar o próximo?

Vou fazer 48 anos no dia 28 de agosto. A idade que Dave nunca chegou a ter. Desde que ele morreu, nunca mais deixei de fazer festas de aniversário. Não são grandes nem chiques: sirvo hambúrguer e cachorro-quente, batata frita e *onion rings*! Os convidados são meus amigos mais chegados, os filhos deles e os meus. Mas são importantes. E muito alegres.

Seu rabino, Nat Ezray, que celebrou o funeral de seu marido, a aconselhou a mergulhar no sofrimento ("Lean in to the suck", numa alusão ao título do livro anterior de Sandberg).

Como encarou esse conselho?

Primeiro pensei que não era isso que tinha em mente quando escrevi *Lean In* (risos). Mas me ajudou a aceitar que ia ser realmente difícil – e que não havia nada a fazer para consertar aquela situação. Essa consciência, por si só, já faz diferença.

Fica mais fácil suportar a dor quando se tem alguma fé religiosa?

Ajuda muito. E acho que essas experiências desafiam a fé. Meu cunhado me diz que ele e Deus estão de relações cortadas. Muitas pessoas têm sua religiosidade abalada, mas é importante e poderoso acreditar em algo maior do que si mesmo, acreditar estar conectado a coisas maiores.

Você se sente conectada espiritualmente ao seu marido? Acredita em vida após a morte?

Acredito que o amo mesmo na perda. Eu costumava achar que o amor só podia acontecer quando alguém está vivo. Agora sei quanto se pode amar alguém depois da morte.

O que é mais desafiador: sobreviver à fase aguda do luto ou levar uma vida feliz e normal após algum tempo?

Certamente o luto profundo dos primeiros dias, porque não acho que levo a mesma vida normal de antes. Sou diferente, fui totalmente modificada. E, muitas vezes, isso é bem difícil. Fica mais difícil em algumas ocasiões, como no Dia dos Pais... O aniversário da minha filha está chegando. Ela vai completar 10 anos e me disse: "Não posso acreditar que o papai não viveu até eu ter 10 anos". Na verdade, ele não viveu até ela fazer 8, e esses momentos são de profunda tristeza. Mas eu também acho que tenho hoje uma vida com muito mais significado. Acabo de mandar um e-mail para a amiga de uma amiga cujo marido cometeu suicídio há duas semanas. Eu falei que, embora ela ainda não saiba, a dor vai diminuir. Ela me escreveu de volta dizendo que não está feliz e que não acredita que terá alegria algum dia. Mas que, desde já, sente que sua vida tem mais significado. E é grata por coisas que não era antes. Isso não quer dizer que a gente queira buscar essa via de crescimento. Eu trocava qualquer medida do meu crescimento para ter o Dave de volta. Mas eu simplesmente

não vou ter o Dave de volta. Então fico com o crescimento.

Você tem tido coragem de abordar pessoas, como a amiga da amiga que acaba de mencionar, para falar alguma coisa em um momento tão difícil, o que é incomum. Que conselho daria para os "amigos-que-não-perguntam", como você denomina no livro a maioria das pessoas que não dizem nada?

Parte da razão pela qual escrevi *Plano B* foi para chutar o elefante da sala. Atenção, pessoas que ficam em silêncio: silêncio provoca câncer. Conhecemos alguém cujo pai foi preso, ou perdeu o emprego, ou alguém próximo morreu e... ficamos quietos. Não sabemos o que dizer ou dizemos platitudes como "tudo vai ficar bem". Você não sabe se alguém que tem câncer vai ficar bem. Eu não digo mais isso. O que digo, quando alguém está sofrendo, é: "Sei que você não sabe se vai ficar bem. Também não sei. Mas você não está só, estou aqui com você. Reconheço sua dor".

Como você lidou com o isolamento que sentiu logo que voltou ao trabalho? E onde está o elefante agora?

Um dos repórteres que me entrevistou me deu um elefante de pelúcia que agora mora na minha sala (risos). Um mês depois da morte de Dave, no final do período judaico de luto chamado *shloshim*, publiquei um post no Facebook, o que é algo meio chocante de fazer. Quem escreve um post nessa hora??? Pois eu me sentia tão profundamente isolada que postei e funcionou. Não trouxe Dave de volta, não levou o luto embora, mas me lembrou que havia outras pessoas ao redor e as encorajou a me mandar muitas mensagens e a passar a falar comigo sobre minha perda.

O que você nunca deve dizer a alguém que sofreu uma perda?

Algumas vezes por semana, eu pergunto para alguém “Como vai?” e ouço: “Ah, estou exausta. Meu marido está viajando e estou sozinha com as crianças”. Um dos amiguinhos do meu filho me falou no Dia dos Pais: “Estou tão triste porque meu pai está viajando nesta semana...”. Veja, tem muitas coisas que as pessoas não deveriam dizer, e eu mesma já falei muitas delas. Mas o que é mais doloroso é o silêncio. E não reconhecer o seu sofrimento. Dizer “Você vai ficar bem” é negar a sua dor.

Você conta no livro que, quatro meses depois da morte do seu marido, um amigo próximo foi à sua casa para instigá-la a voltar a dar o máximo de si no trabalho.

Apesar de parecer um tanto insensível, esse tipo de abordagem pode ser positiva?

Todos têm o próprio tempo de luto. Além disso, as pessoas vivem diferentes situações financeiras que as fazem voltar ao trabalho em momentos diversos. E aí está a importância de existirem melhores políticas internas de licença do trabalho nas empresas. Muita gente, aqui nos Estados Unidos, não tem direito a nenhum dia. No Facebook, expandimos para 20 dias o período de afastamento por luto ou doença familiar. Há um movimento de grandes corporações para ampliação da licença de luto. Para mim, voltar para o escritório era melhor do que ficar em casa. Retornei dez dias

depois da morte de Dave e, embora estivesse completamente destruída, foi melhor do que estar na cozinha e pensar, como penso até hoje, que a porta vai se abrir e ele vai entrar. E mais: quando as pessoas retomam suas funções, é importante não apenas recebê-las bem mas confiar nelas e ajudá-las a desempenhar suas tarefas.

Nunca pensou em deixar seu trabalho e mudar radicalmente de vida?

Eu mudei radicalmente de vida. Viajo muito menos e estou em casa todas as noites com meus filhos para jantar. Dave costumava alternar comigo esses momentos e eu saía muito mais. Não faço mais isso. Mantive meu trabalho, mas mudei completamente a divisão do meu tempo. Meus filhos estão na escola o dia todo e me sinto muito privilegiada em ter algo que amo, como a minha profissão, para me dedicar. Você deve encontrar e fazer coisas em sua vida que sejam boas.

Você dedicou um capítulo do seu primeiro livro à importância do parceiro no crescimento da carreira, ignorando as mães solteiras. Hoje, como você vê essa questão?

Eu não fazia ideia do significado de ser uma mãe solteira, não sabia nada sobre o que elas enfrentavam. E me arrependo muito desse capítulo, até escrevi um post no Facebook no Dia das Mães me desculpando por ele.

O que é mais difícil ao voltar a se divertir e namorar: lidar com as suas

emoções ou o medo de ser julgada?

Definitivamente, lidar com as minhas emoções. Eu me sinto muito mais isolada do que julgada. Eu me sinto julgada, um pouquinho. Mas, na maioria das vezes, solitária. É como se eu fosse um fardo para as pessoas à minha volta, sabe?

Como seus filhos reagiram ao fato de você estar namorando?

Meus filhos apoiam qualquer coisa que me faça feliz. Mas eles são muito pequenos (9 e 12 anos) e não entendem tudo. O que os adultos deveriam compreender é que, quando alguém perde o parceiro, não quer namorar outras pessoas. Nunca quis namorar de novo. Eu tinha a pessoa com quem queria passar o resto da minha vida. Agora não tenho mais essa opção. Portanto, devemos julgar menos e apoiar mais, principalmente as mulheres: nós as julgamos muito mais por voltar a namorar do que os homens.

O que mais as pessoas julgam?

O humor! Ah, o humor! Tenho uma amiga, Nell Scovell, editora do meu livro, que tem quatro irmãos. No funeral da mãe dela, durante a elegia, ela puxou um envelope e disse: “Tenho aqui o nome do filho favorito da mamãe!” Era um funeral e todo mundo riu. O humor traz alívio, mesmo que seja por uma fração de segundo, e não deveria ser julgado.

O que espera agora do plano B da sua vida?

Viver cada dia. Ajudar a construir a comunidade Plano B, ajudar meus filhos a ser tudo o que puderem ser. Dizer a outras pessoas que as coisas vão melhorar. Mergulhar na dor, sempre que ela aparecer, e tentar encontrar alegria em todos os outros momentos. □

“Viajo muito menos e estou em casa todas as noites com meus filhos para jantar. Mantive meu trabalho, mas mudei completamente a divisão do meu tempo”

A força do PERDÃO

Deixar a mágoa para trás torna o presente mais leve. Para tanto, é preciso assumir a responsabilidade pelas próprias atitudes e sentimentos e cultivar a empatia. O esforço vale a pena, como mostram estas histórias

TEXTO DEBORA PIVOTTO ILUSTRAÇÃO SYLWIA KOWALCZYK

Não é exatamente uma questão de bondade, superioridade ou iluminação. Perdão é, na verdade, uma questão de inteligência emocional. É essa a tese central do livro *Perdão, a Revolução Que Falta* (Editora Gente, 29,90 reais), da terapeuta Heloísa Capelas. A autora defende o ato de perdoar como uma atitude prática possível e que pode melhorar a vida das pessoas – e não como uma meta espiritual ou religiosa. Para alcançá-la, é necessário parar de apontar os culpados pelos próprios sofrimentos e avançar rumo a uma solução – transformar os sentimentos ruins em algo que leve adiante. “Muitas vezes, a pessoa fica mantendo uma dor apenas para provar ao mundo que está certa, que o outro não foi legal. Ou seja, sofre para ter poder e daí não sara nunca”, diz Capelas.

Durante a pesquisa para escrever o livro, a autora ouviu centenas de relatos de situações consideradas “imperdoáveis”. E percebeu que, em comum, havia o desejo – assumido ou não – de vingança. A dor vem seguida da

raiva e da ideia de que o outro, o que causou o problema, tem que pagar pelo que fez – como se isso pudesse evitar um novo sofrimento. “No nosso imaginário infantil, há a percepção de que a revanche nos devolverá o que nos foi tirado. A partir do momento em que alguém paga pelo mal infligido, temos certeza de que recuperaremos a autoestima e o poder pessoal”, afirma Capelas. Na prática, não é bem assim. O rancor faz a pessoa reviver, no presente, a dor de algo que aconteceu lá atrás e que já não deveria ter o poder de incomodar tanto. Ao menos na teoria. “Você fica ali sofrendo enquanto o outro vai muito bem, obrigado”, aponta Capelas.

Maria Luisa* conhece esse sentimento. Aos 30 anos, ela se entristece ao lembrar o aborto feito aos 18. Recém-chegada à universidade, engravidou e foi pressionada pelo então namorado e pela mãe dele para que interrompesse a gravidez. Até hoje ela lida com a culpa que recai sobre essa decisão. “Lembro disso com frequência. Sempre me traz mal-estar e uma sensação de vazio”, diz. Ela ainda não conseguiu perdoar os dois e nem a si mesma. “O pior é ver que, para eles, tudo foi

esquecido e eu fui deixada de lado, como se estivesse em um quarto escuro que ninguém abre."

Existe algo realmente imperdoável? Para a psicanálise, a dificuldade de desculpar tem a ver com a intensidade da chamada "dor narcísica", aquela causada pelo que fere a autoestima. Quanto mais intensa for essa dor, mais difícil é o perdão. O caminho para desfazer esse nó é entender a fundo as emoções negativas atadas a ele. "Quando você elabora uma situação que sofreu e compreende o que aconteceu, o que sentiu,

onde estava a sua sombra e a do outro, você consegue superar", afirma Roberto Rosas Fernandes, diretor da Sociedade Brasileira de Psicologia Analítica. Reconhecer seu papel na história e aprender com isso é valioso. Afinal, nenhuma das partes é totalmente vilã, nem a outra é apenas vítima.

Essa elaboração é um processo que pode levar anos. A educação e os valores de cada um influenciam no entendimento do que é desculpável. "Ouvi o caso de um homem que foi traído, entendeu a situação da



Comportamento

companheira e perdoou", afirma Fernandes. Outro pesquisado, no entanto, não encarou da mesma maneira. "Talvez não consiga porque sente que sua identidade masculina foi manchada."

Com muito esforço, Marcia Munk, psicóloga e coach, dedicou-se a encarar de outra maneira os problemas que teve com a mãe, que sofria de transtorno bipolar. Durante as crises de raiva, ela agredia as filhas verbal e fisicamente. "Por muitos anos, não deixava ninguém mexer no meu cabelo porque lembrava de quando ela me levantava, segurando meus cachos, e me sacudia como se eu fosse uma boneca de pano", revela. Marcia conta que foram necessários mais de 20 anos de psicanálise e terapias ligadas à espiritualidade até conseguir se relacionar com a imagem da mãe de forma amorosa. "Com o tempo, entendi que ela fez o melhor que pode, mas não foi fácil."

A escritora Bianca Santana, além das sessões de terapia, recorreu ao seu instrumento de trabalho para lidar com o ressentimento que sentia pelo pai, que cometeu suicídio quando ela tinha 11 anos. "Escrevi alguns textos em que coloquei muito sentimento para fora, como uma catarse. Ao terminar, fiquei trêmula, mas isso ajudou bastante no meu processo de cura", recorda. Aos 33 anos, Bianca remonta essa jornada em diferentes etapas. "Por alguns anos tive raiva dele. Depois, achei que aquilo não merecia minha atenção, quis ignorar, me dediquei a muitas coisas para esquecer. Levou muito tempo para que começasse a buscar respostas."

INVESTIGAR O PASSADO

Perdoar não é um processo simples. O primeiro passo é entender que não é possível mudar os fatos ou as pessoas. Podemos, sim, mudar a forma como lidamos com eles. "A dor é nossa. Ainda que a atitude de alguém tenha sido a causa desse sentimento, somos nós que fazemos com que ela perdure", explica Capelas.

A autora resgata um princípio da psicologia que diz que o sofrimento vivido na infância está intimamente ligado às emoções que carregamos na vida adulta. Portanto, investigar o próprio passado é fundamental. "Precisamos entender nossa história, resgatar a nossa 'criança interior' e ver que, na maioria das vezes, estamos reproduzindo dores que já experimentamos."

Foi assim com a chef de cozinha Maria Amélia*. Depois de ser traída duas vezes pelo marido, ela decidiu se

"A dor é nossa. Por mais que a atitude de alguém a tenha causado inicialmente, somos nós que fazemos com que ela perdure" HELOÍSA CAPELAS

separar, mas fez uma autoinvestigação para entender o porquê de sua dificuldade em sair do relacionamento, apesar da mágoa que carregava do companheiro. "Percebi que minha carência era tão grande que eu me contentava com migalhas, tinha muito medo do abandono", conta Amélia. Depois de conhecer suas feridas e compreender lacunas deixadas pela relação com o pai, ela conseguiu mudar de comportamento. O ex-marido também procurou terapia e, um ano depois, eles voltaram a se relacionar. Segundo Amélia, agora de um modo completamente diferente. "Hoje vivemos bem e aprendemos a dar espaço um para o outro. Sinto que a mágoa está se esvaindo."

Colocar-se no lugar da outra pessoa, a que "causou" o sofrimento, entender os motivos que a levaram a agir de determinada modo, também ajuda. "É muito importante perceber que as pessoas erram, da mesma maneira que nós. É que elas fazem o melhor possível, não o que está dentro de nossas expectativas", explica a psicóloga Ana Cássia Maturano, de São Paulo. Bianca lembra que desenvolver empatia pelo pai foi fundamental para perdoá-lo. "Pode parecer óbvio, mas levei anos para compreender que a atitude dele não teve a ver comigo, que ele estava sofrendo por outras questões", conta. A reação é típica da infância, quando nos sentimos o centro do mundo e, consequentemente, responsáveis por muito do que acontece à nossa volta. Só depois de superar essa fase, já adulta, Bianca entendeu o pai e voltou a amá-lo.

Algumas vezes, olhar outra pessoa com empatia é mais fácil do que exercitar a compaixão por si mesmo. A técnica esportiva Cibele Oliani passou por uma separação traumática em 2009, depois de descobrir que o marido havia contado inúmeras mentiras. Ele perdera o emprego meses antes do casamento, mas, por vergonha, escondeu da mulher. E, para manter a farsa, inventou uma sequência de histórias para justifi-



As duas colagens que ilustram esta reportagem fazem parte da série *Lethe*, da artista polonesa Sylwia Kowalczyk

car a falta de dinheiro. “Ele disse que a conta estava bloqueada, depois comprou um extrato bancário falso para mostrar que tinha saldo, falsificou um recibo de pagamento de parcelas do apartamento, entre outras invenções”, lembra Cibele. Ao descobrir que estava sendo enganada, ela ainda deu uma segunda chance ao companheiro, mas as mentiras continuaram e ela resolveu pedir o divórcio. Apesar da decepção, Cibele diz que não teve dificuldade em perdoar o ex-marido, mas que não conseguiu desculpar o próprio comportamento. “Eu me culpei muito por não ter percebido a

mentira, por ter sido tão boba. Guardei a sensação de que havia feito a escolha errada e até hoje tento lidar melhor com isso”, diz. Quando nos sentimos culpadas por nossas atitudes em casos como esses, a tendência é entrar no mesmo ciclo de raiva e de vingança que ocorre quando culpamos os outros.

No final, perdoar nos dá autonomia emocional, capacidade de assumir a responsabilidade pelas próprias emoções e de viver novamente em nosso tempo. “O que o perdão proporciona é a capacidade de deixar o passado para trás”, diz Capelas. □

ALTA intensidade

Dividido entre a novela das 19 horas e o humorístico Tá no Ar, Danton Mello curte o status de recém-casado, se emociona com saudade das filhas e garante aproveitar muito cada minuto após ter sobrevivido a um grave acidente

TEXTO LUCIANA ACKERMANN FOTO LEO AVERSA

Mineiro de Passos, Danton Mello tinha só 5 anos quando estreou na televisão – levados pela mãe, a dona de casa Selma, ele e o irmão mais velho, Selton, começaram fazendo comerciais e logo receberam convites para novelas. A primeira foi *A Gata Comeu*, em 1985. Agora, aos 42 anos, ele já soma 21 folhetins, 14 longas, mais minisséries e programas de entretenimento. O mais recente dos trabalhos estreou no mês passado. Em *Pega Pega*, trama das 19 horas da Globo, Danton é Borges, personagem que o fez resgatar prazerosas memórias afetivas. “Ele é ator de teatro de bonecos, esse ambiente mágico que desperta a imaginação de crianças e adultos. Sempre levei minhas filhas e até fiz uma peça usando a técnica há dez anos”, contou Mello

em encontro com CLAUDIA. Só a menção às filhotas, como ele chama Luisa, 16 anos, e Alice, 13, já traz lágrimas aos olhos do ator. Há três anos, as duas se mudaram com a mãe, a roteirista Laura Malin, para a Califórnia. “Casei aos 18 anos e a relação durou 13 anos. Quando nos separamos, a caçula tinha 1 ano e meio, mas eu sempre estava perto”, afirma. Por muito tempo, o ator buscava a dupla na escola, dava o jantar e dividia com a ex-mulher os dias da semana em que as filhas dormiam em sua casa. “Mesmo sem advogados, adotamos a guarda compartilhada por nossa conta”, diz. Assim que Laura avisou que havia recebido uma proposta de trabalho fora do Brasil, ouviu um “não” firme do ex-marido, receoso de ficar longe das meninas. “Precisei de muitas sessões de terapia para aceitar que era uma oportunidade única na vida delas, uma experiência enriquecedora. Ainda assim, morro de saudades”, reve-



la, enternecido. A tecnologia ajuda a aplacar, de leve, a falta que sente das meninas. "Falamos no WhatsApp e temos um grupo fechado no Snapchat. Elas gravam o dia a dia na escola e eu mando registros do meu trabalho." Abraços e beijos de verdade, só nas férias, quando as meninas vêm ao Brasil, ou quando Mello tem um intervalo nas filmagens e voa até os Estados Unidos.

O ator sempre foi muito próximo da família. Se em Minas eram comuns as grandes reuniões com os parentes em torno da mesa, em São Paulo, onde viveram por um tempo, e depois no Rio, para onde mudaram por causa da carreira, o jeito foi se aproximar do núcleo. "Meus pais são meus vizinhos e falo com o Selton todos os dias, ao vivo ou por mensagem", diz, decidido a derrubar de vez a fofoca de que há competição entre eles. "Só tenho admiração pelo artista completo que ele se tornou: ator, diretor, escritor." Selton insiste que a sensibilidade do irmão é um bom motivo para que ele mesmo vá além de encenar. "Ele me diz que já passou da hora de eu dirigir e produzir", conta. O desejo até existe, mas o caçula acha que ainda não chegou o momento certo.

Por enquanto, segue atuando. Além da novela, ele é peça importante no humorístico *Tá no Ar*, comandado por Marcelo Adnet. As gravações da quinta temporada, que começam em outubro, quase atrapalharam a oportunidade de fazer a novela, mas Danton fez questão de se comprometer com os dois. "O programa é uma megaprodução, com muitos personagens, caracterização elaborada, gravação em estúdio e externas por todo o Rio. Isso faz o trabalho ser divertido. E o resultado é incrível: cômico, porém crítico." Mas longe dele aceitar o rótulo de comediante que recebeu nos últimos anos. "Se você me pedir para contar uma piada agora, vou travar. Sou tímido. Isso só muda se você juntar uma turma bacana, se me der um bom texto." É o que acontece no

semanal e também o que rolou na novela *I Love Paraisópolis* (2015), em que ele contracenava com a atriz Tatá Werneck. "Às vezes eu levantava a bola, depois respondia; era como um jogo." Mesmo sem pretensões de fazer graça, a verdade é que o talento de Danton para o gênero chamou a atenção de diretores. A primeira vez foi em 2005, quando ele integrou o elenco da peça *Camila Baker – A Saga Continua*, dirigida por Fernando Guerreiro. Para contar a história de uma diva do teatro que, após ser acusada de matar o marido, precisa provar sua inocência, ele e outros quatro atores (incluindo Marcos Mion e Daniel Boaventura) interpretaram mais de 30 papéis femininos e masculinos. No total, faziam 60 trocas de roupa, que incluíam salto alto e muita maquiagem. "Fiquei surpreso vendo as pessoas curtindo, rindo com o resultado. Dali vieram os elogios que me deram incentivo para fazer outras três comédias no teatro com o diretor Alexandre Reinecke, especialista no assunto", lembra. Em 2014, foi a vez de a Globo notar essa veia e chamar o mineiro para a equipe de *Tá no Ar*.

Com tantas oportunidades, Danton se considera privilegiado. Ele está na lista de contratados da Globo, construiu uma carreira frutífera e variada. Além disso, a maturidade trouxe outro olhar sobre a profissão. "Aprendi a atuar na prática e, por um tempo, sofri com a culpa por não ter formação acadêmica", conta ele, que, pequeno, observava atores como Nuno Leal Maia e Antonio Fagundes para colher dicas. "Quando criança, era tudo prazeroso. Eu tinha a responsabilidade de decorar o texto e cumprir os horários, mas sem cobrança. Depois, ia embora brincar." Mais velho, nas rodinhas com outros atores, ouvia papos sobre teóricos do teatro, como Stanislavski. "A princípio, me envergonhei de não saber, achei que teria que correr atrás, estudar. Desencanei porque sempre trabalhei muito e conseguia passar por todos os gêneros. Para mim, não tem nada mais gratificante do que estar no set de gravação, ouvir o 'ação' ou o terceiro sinal no teatro", diz.

A maior crise foi justamente durante a ação – como apresentador do programa *Globo Ecologia*, em 1998. Durante uma das gravações, ele sofreu um grave acidente de helicóptero. Nas 30 horas em que ficou esperando resgate no Monte Roraima, extremo norte do país, passou frio e fome e sentiu dores intensas dos

"Precisei de muitas sessões de terapia para aceitar que morar fora era uma oportunidade única na vida das minhas filhas. Mesmo assim, morro de saudades"

"Minha filosofia desde moleque é aproveitar a vida intensamente, porque ninguém tem certeza do que vai acontecer no momento seguinte"



ferimentos causados pelo desastre. "Estava sentado no banco da janela e vi toda a queda. Consigo lembrar até do impacto, quando desmaiei", recorda. Ele teve hemorragia interna, mas os médicos afirmaram que o frio intenso e a pouca idade garantiram sua sobrevivência. Outras quatro pessoas também estavam na aeronave. Uma delas, o cinegrafista, morreu. "Não sei explicar como resisti, mas isso reforçou uma filosofia que tenho desde moleque: aproveitar a vida intensamente, porque ninguém tem certeza do que vai acontecer no momento seguinte." Desde então, ele tem se empenhado em ampliar horizontes e experimentar. Há seis anos abriu, com o amigo Tande Bittencourt, chef

de cozinha, o Restô, em Ipanema. O sonho é expandir o negócio para São Paulo em breve. A ideia, a princípio, era ir para a cozinha, aprender a fazer alguns pratos. "Mas, quando vi aquela correria, fiquei com medo de não dar conta. Prefiro ser o ajudante da Sheila, que manda bem no fogão", conta, referindo-se à esposa, a empresária Sheila Ramos. O casal oficializou a união em abril passado, três anos depois de começar um relacionamento na ponte aérea. Um dos ganhos do casamento, ele diz, é poder ouvir de novo risadas de criança em casa. João Vitor, 7 anos, filho de Sheila, vive com o casal. "É alegria demais de uma vez só", conclui Danton, com um sorriso no rosto. □

JÁ SE EXERCITOU HOJE?

Não estamos falando de pernas nem de braços, mas do assoalho pélvico. A ginástica íntima, também chamada de pompoarismo, ajuda a evitar a incontinência urinária e a melhorar o sexo (leia-se: alcançar orgasmos)

TEXTO LILIANE PRATA

Quantos exercícios para enrijecer os glúteos você conhece? E para fortalecer os músculos do braço – bíceps, tríceps? Agora, alguma vez você já exercitou o assoalho pélvico? Negligenciado, assim como outros músculos, ele pode perder tônus, resistência e força – só que, quando isso acontece, os danos vão muito além da estética. Por questões hormonais e constitutivas, as mulheres são as que mais sofrem desse mal. Portanto, devem ficar atentas.

Em primeiro lugar, é preciso saber onde fica o assoalho: entre os ossos da bacia, o púbis e o cóccix. “A região, um conjunto de músculos, fáscias (um tecido fibroso) e ligamentos, sustenta a bexiga, o útero e o reto”, explica Elza Baracho, fisioterapeuta pélvica de Belo Horizonte. A fraqueza (assim como o enrijecimento excessivo) pode causar problemas nesses órgãos e é agravada por hábitos como ficar segurando o xixi, não tratar a constipação, fazer força ao evacuar ou passar muito tempo no vaso sanitário – desaconselhado, o costume de ler no banheiro faz com que seja exercida uma grande pressão sobre a região. “Diferentemente do que

muitas pessoas pensam, o parto vaginal, por si só, não prejudica o assoalho”, diz Baracho. Já a gravidez, bem como o excesso de peso e a atividade física exagerada, o sobrecarrega – e é mais um motivo para não descuidar dele, incluindo na rotina os exercícios recomendados (veja o quadro na página ao lado).

“A pessoa com quadro de anorgasmia (ausência de orgasmo) muitas vezes está com pouquíssima força muscular”

Vany Giannini, fisioterapeuta

DANOS FÍSICOS

A incontinência urinária é uma das consequências prejudiciais e acomete em torno de 25% das mulheres com idade entre 18 e 45 anos – entre as atletas de alta performance, a incidência chega a 40%. A dor durante a relação sexual, problema com que 20% das mulheres convivem, também pode estar relacionada a falhas nessa musculatura. Ainda mais impressionante é o prolapso (ou distopia), como é chamado o des-

locamento (queda) dos órgãos, que perdem a sustentação dessa rede de músculos e descem para a região pélvica – podendo provocar sensação de peso sobre a vagina. Em casos extremos, esse movimento chega ao ponto de alguns órgãos “saírem” parcialmente pelo orifício quando a pessoa vai ao banheiro. Em estágio inicial, o prolapso pode ser corrigido com sessões de fisioterapia. Quando avançado, só com cirurgia.

É por todos esses motivos que a fisioterapeuta pélvica Mirca Ocanhas, de São Paulo, orienta, além de pacientes, personal trainers e profissionais de saúde e estética a promover o treinamento do assoalho. “É urgente conscientizar as pessoas da sua importância”, diz. Ela recebe regularmente em seu consultório pacientes que, por vergonha, passam anos sofrendo em silêncio. No caso daquelas que sentem dor na penetração, exercitar a região traz ganhos e pode até auxiliar a atingir o orgasmo.

Esse benefício faz com que alguns profissionais foquem nas “maravilhas sexuais” que podem ser alcançadas com o pompoarismo, nome popular dado a essa ginástica íntima, originária do Oriente. “De fato, a pessoa com quadro de anorgasmia (ausência



de orgasmo), por exemplo, muitas vezes está com pouquíssima força muscular”, diz a fisioterapeuta pélvica Vany Giannini, de São Paulo. O assoalho fortalecido, além de facilitar a chegada ao clímax, melhora a qualidade dele para quem já o alcança. Importante lembrar, porém, que as disfunções sexuais com frequência são multifatoriais, sofrendo interferência do tipo de relação com o parceiro, do nível de stress no momento, da educação muito rígida ou de traumas.

GINÁSTICA ÍNTIMA

As especialistas alertam: para prevenir problemas no assoalho pélvico e mantê-lo forte em qualquer

idade, além de corrigir os hábitos prejudiciais, é fundamental fazer exercícios em casa pelo menos três vezes por semana. As atletas devem ter atenção extra, especialmente se a atividade eleita for a corrida. Para entender o efeito dela no corpo, Ocanhas sugere um teste: “Pule em frente ao espelho. O impacto no assoalho pélvico é semelhante ao balanço das mamas, só que ele não é protegido por um top reforçado”. Se os problemas já surgiram, procure um profissional. Depois que o assoalho estiver recuperado, o especialista poderá ensinar exercícios feitos com acessórios, como pesinhos específicos para a região, que possibilitam ganho maior de força. □

PARA FAZER SOZINHA

Sentada ou deitada, contraia o ânus. Para ter certeza de que está trabalhando o assoalho pélvico, e não os glúteos ou o abdome, coloque a mão entre a vulva e o ânus e sinta o movimento ali. Faça três séries destas contrações. Tente repetir dez vezes ou até ficar difícil e depois descanse por dez segundos.

- Rápidas: contraia por um segundo e relaxe por um segundo.
- Lentas: contraia por cinco segundos e relaxe por dez segundos.

~ SER QUIETO NÃO É DEFEITO

Em uma sociedade que valoriza os falantes e sociáveis, crianças e adolescentes introvertidos são quase sempre subestimados. Esse é um erro comum que precisa ser corrigido já dentro de casa

TEXTO BRUNA NICOLIELO

Bill Gates, que transformou a Microsoft em uma das empresas mais lucrativas do mundo, foi um rapaz introspectivo. O pacifista indiano Mahatma Gandhi também. O mesmo se aplica à cantora Beyoncé e à atriz Emma Watson, que, quem diria, são reservadas e tímidas fora dos palcos. Em comum, essas personalidades foram capazes de feitos incríveis, a despeito da cultura que valoriza os comunicativos. “Idolatrarmos os indivíduos falantes e os que são o centro das atenções, como se fossem modelos que todos devessem imitar. Trata-se da crença de que todos nós devemos ter raciocínio rápido, ser carismáticos, adorar correr riscos e preferir agir a refletir. Essa força é especialmente poderosa na escola, onde os comunicativos costumam ser mais populares”, disse a CLAUDIA a escritora americana Susan Cain, autora do best-seller *O Poder dos Quietos*

– *Como os Tímidos e Introvertidos Podem Mudar um Mundo Que Não Para de Falar*, que acaba de ganhar uma adaptação voltada a crianças e adolescentes: *O Poder dos Quietos para Jovens – Como Fortalecer as Capacidades Secretas da Nova Geração de Introvertidos* (Sextante, 34,90 reais).

Leitura gostosa para pais e filhos, o volume tem histórias reais e casos do cotidiano com potencial para fortalecer a autoestima da garotada. Ao abordar questões práticas – por exemplo, “Como criar um lugar para si, sendo uma pessoa quieta?” e “Como garantir que não será ignorado?” –, a autora quer ajudar o jovem leitor a se aceitar e se valorizar reconhecendo seus pontos fortes. “O mundo precisa dos introvertidos, que têm habilidades e talentos extraordinários e devem ser encorajados e reconhecidos”, diz Cain, ela própria uma introspectiva que se acostumou a falar para grandes audiências.

Os conceitos de introversão e extroversão foram introduzidos por Carl Jung no século 20. Segundo o famoso psiquiatra e psicoterapeuta suíço, trata-se de uma característica inata que vai sendo moldada de acordo com as experiências ao longo da vida. O introvertido concentra-se em seu mundo interior, nos próprios pensamentos, sentimentos e percepções, tornando-se mais retraído. Geralmente, reflete antes de se manifestar, apresenta seus argumentos de forma mais organizada, aprofunda-se no assunto antes de expô-lo em público. Sente-se mais ativo em ambientes silenciosos e calmos. O extrovertido, por sua vez, é influenciado pelo mundo externo. Experimenta antes de pensar e precisa de mais estímulos. Tende a ser mais social e consciente do que acontece à sua volta, adaptando-se com mais facilidade às situações. Por outro lado, costuma ser impulsivo e tentar monopolizar a conversa, impedindo que outros se manifestem.



“Cada um de nós se situa em algum ponto entre os dois extremos, apresentando variados graus de introversão ou extroversão”, afirma a psicóloga Helga Hinkenickel Reinhold, da Sociedade Brasileira de Psicologia. É importante ressaltar que não há pessoas exclusivamente expansivas ou quietas. “Por serem atitudes perante a vida, em alguns momentos o foco da atenção está para fora (fatos, pessoas e coisas) e em outros para dentro (sentimentos, ideias e representações)”, explica a psicóloga Rafaela Boiczuk de Toledo, de Curitiba.

Jung enfatizava que uma atitude não é melhor que a outra e que o mundo precisa dos dois tipos de pessoa. Ainda melhor é a flexibilidade de adotar um ou outro quando apropriado. É um engano acreditar que, por serem quietos, os introvertidos ficam alheios a tudo. Eles têm muita sensibilidade, mas nem sempre a dividem com os outros. A introversão vira um

problema quando a pessoa, de tão mergulhada em seu mundo, é incapaz de manifestar ideias e sentimentos e lidar com o universo externo.

Vale lembrar que timidez é diferente de introversão. “O tímido tem medo de julgamentos e de rejeição, enquanto a introspecção está ligada à forma como a pessoa reage à estimulação”, diz Denise Maia, da Associação Junguiana do Brasil. Tanto em um caso como no outro, cabe aos pais e responsáveis conscientizar a criança ou o jovem de suas características e ajudá-los a se desenvolver da melhor maneira. Uma primeira intervenção é conversar a respeito, sem recriminações. “Eles podem ajudar incentivando a comunicação, escutando-os, dialogando, criando situações em que possam se expressar sem medo de ser ridicularizados ou criticados”, diz Reinhold. Jogos e esportes coletivos, além de lazer em grupo e atividades

como teatro, criam um ambiente de mais sociabilidade.

Alternar momentos de interação com respeito aos espaços de solidão e silêncio de que os introvertidos precisam também é fundamental. A necessidade deve ser ajustada ao contexto, é claro. O desejo de trocar momentaneamente uma situação de brincadeira barulhenta por um canto mais sossegado é saudável. Mas um adolescente, antes sociável, que se mostra retraído pode estar passando por uma fase difícil ou enfrentando dificuldades em ser aceito pelo grupo. O segredo é a moderação.

Por último, mas não menos importante: pergunte a si mesma se deixa seus filhos à vontade para ser como são, e não como você imagina que deveriam ser. “Precisamos nos certificar de que eles sabem que seus pais não apenas os aceitam mas os amam, acreditam que são legais, deitam-se com eles”, frisa Cain. □

Viagem



FÉRIAS PELO BRASIL

Desvendar com os filhos a diversidade das paisagens naturais de norte a sul do país pode se transformar em um passeio inesquecível para a família toda. É o que mostram as histórias a seguir. Aproveite as dicas e programe sua próxima jornada

COLABORARAM GABRIELA MALTA E LETÍCIA PAIVA

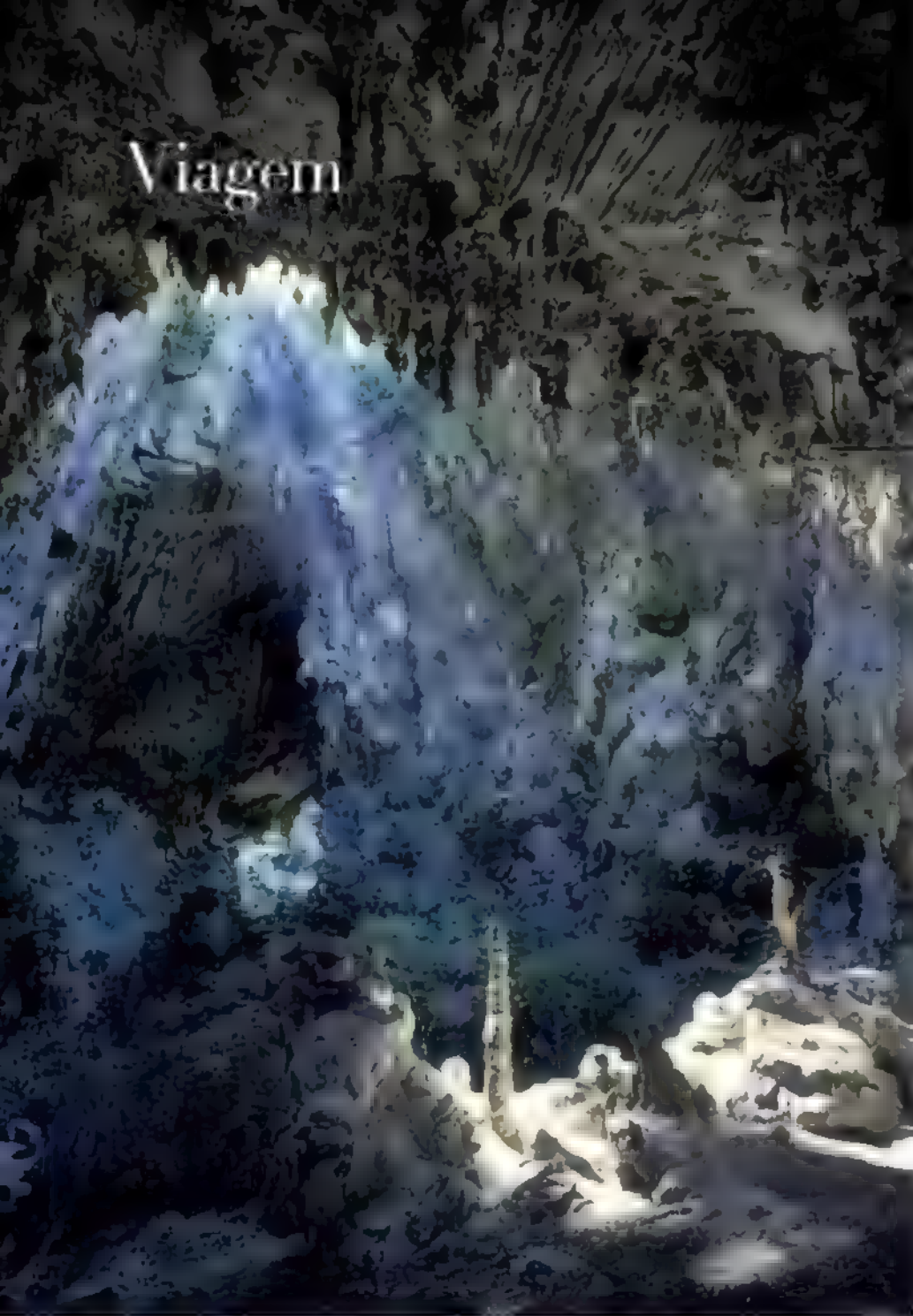


Os quatro destinos retratados a seguir têm cavernas, cachoeiras e animais exóticos em abundância. Por isso, em um primeiro momento, podem parecer inóspitos para crianças. Mas as famílias que já desvendaram esses roteiros em viagens de férias garantem: não faltam diversão, aprendizado e conexão entre pais e filhos. Essa pode, inclusive, ser a oportunidade perfeita para deixar de lado os eletrônicos e descobrir diferentes paisagens, experimentar novas comidas e conhecer outras culturas. E não pense que, só pelo fato de os lugares serem mais afastados dos centros, o desconforto é regra. Há comodidade também no meio de tanta natureza!

LENÇÓIS, MARANHÃO

A psicóloga Rosane Barreto, 51 anos, sonhava em fazer uma longa viagem de carro pelo Brasil com o marido e os filhos, Hannah, 12 anos, e Pedro Antônio, 8. Saindo de Recife, eles cruzaram a Região Nordeste até o Maranhão em 12 dias. Só no Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, passaram quatro dias. “Com as crianças, vale acompanhar o imperdível pôr do sol nas dunas e passear de barco pelo Rio Preguiças”, diz. Para ver as lagoas cheias, a recomendação é ir de maio a setembro – no site do parque, há atualização frequente do volume de água na região. Como somente os automóveis 4x4 dão conta de circular por ali, o ideal é contratar uma agência local. “Não se preocupe em agendar com antecedência. Isso é facilmente resolvido na hora”, explica ela.

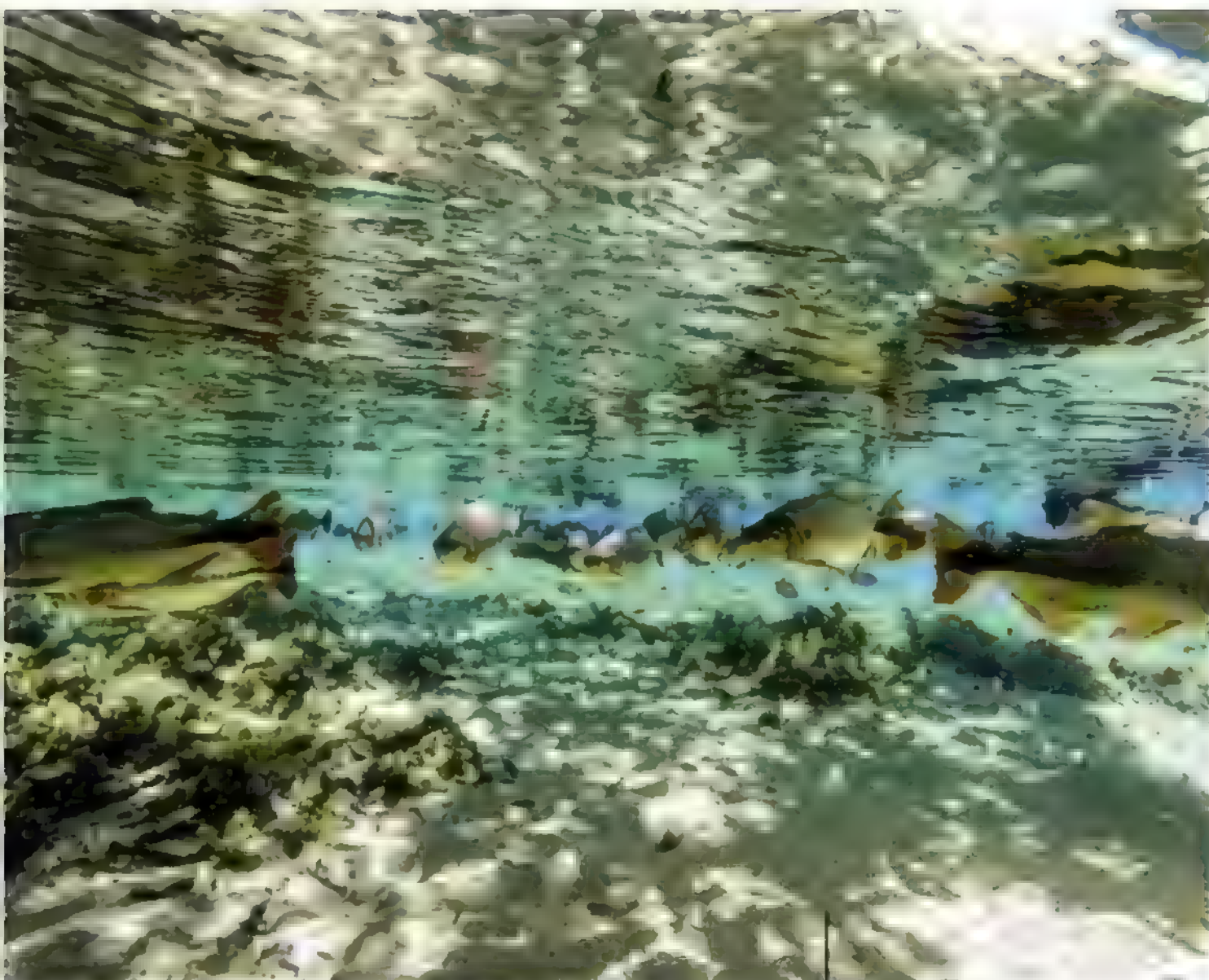
Viagem



PETAR, SÃO PAULO

No Réveillon de 2016, a administradora Paula Oliveira, 39 anos, organizou uma viagem com quatro gerações da família para o Parque Estadual Turístico do Alto Ribeira, o Petar, no sul de São Paulo. "Eu ia com meus pais quando era adolescente e dessa vez voltamos com meus filhos e avós", lembra. O Petar tem 350 cavernas, mas apenas 12 estão abertas para visitação. Além delas, há cachoeiras, trilhas e rios, uma comunidade quilombola, sítios arqueológicos e locais para prática de esportes radicais, como rapel. A maioria dos passeios precisa ser feita com monitores credenciados. Como o grupo de Paula tinha crianças com apenas 2 anos e os avós de 87, o roteiro escolhido foi mais leve. "Ficamos no núcleo Santana e visitamos a Caverna do Diabo, que tem corrimãos e escadas", conta. Ela recomenda carregar sempre brinquedos e uma troca de roupa para os pequenos mais um kit de primeiros socorros. "Para as crianças, é um prato cheio para a imaginação. Brincávamos de encontrar desenhos e formas conhecidas nas rochas", ressalta.





FOZ DO IGUAÇU, PARANÁ

Em tupi-guarani, Iguaçu significa água grande. Faz sentido: as cataratas, localizadas entre o Paraná e a Argentina, têm vazão média de 1,5 mil metros cúbicos por segundo, chegando a 8,5 mil na cheia (primavera e verão). A engenheira Mariana Freitas ficou tão impressionada quando conheceu o local, ainda na faculdade, que prometeu voltar com a família. No ano passado, a paulistana de 42 anos levou o marido e os filhos, Luiz Felipe, 15 anos, e Guilherme, 9, na aventura (foto). “Eles ficaram emocionados quando chegamos ao Parque Nacional. A força das águas é algo impossível de imaginar”, conta. No total, foram cinco dias de passeio. Um guia os levou ao marco da triplíce fronteira, a um tour de um dia na Argentina e a outro no Paraguai. Além disso, conheceram a Usina Hidrelétrica de Itaipu. Freitas dá um aviso: “Como só é permitida a entrada de pessoas acima de 14 anos, fiquei de fora com o Guilherme”. Para os mais novos, ela recomenda o Parque das Aves, onde se veem animais como o tucano de pertinho.

BONITO E PANTANAL, MATO GROSSO DO SUL

Quando a mexicana Pilar Lanze, 43 anos, e o marido, Heiner, alemão, chegaram ao Brasil, há três anos, combinaram de viajar para o maior número de destinos possível. O desejo era conhecer a variedade de belezas naturais do país. Com os filhos Heiner, 13 anos, e Diego, 11, desbravaram o país de norte a sul. Em abril, concluíram a lista com Pantanal e Bonito. Ficaram dez dias na região, mas ela avalia que poderiam ter passado menos tempo. “Adorei os mergulhos em Bonito, mas, depois do terceiro dia, os meninos começaram a se sentir entediados.” Por outro lado, adoraram o passeio à Cachoeira Boca da Onça, com trilhas na mata. “Dá uma sensação de aventura”, diverte-se. Depois, foram para o Pantanal, onde se hospedaram na Pousada Caiman, uma fazenda de 53 mil hectares em Miranda. “Da sacada do quarto, víamos o pântano com jacarés. Foi muito curioso”, conta. Ali mesmo é possível fazer safáris. A família deu sorte e viu uma onça. Mas do que ela se recorda mesmo é da comida: “Não sou chegada em doces, mas não consigo me esquecer do arroz com leite de lá”.

A PENA DO AGRESSOR DE LUIZA BRUNET

É branda a condenação do empresário que surrou a ex-companheira, a modelo Luiza Brunet? A sentença pautará outros juízes? Servirá de alerta aos agressores?

TEXTO IRACY PAULINA

No dia 5 de junho, Luiza Brunet, 55 anos, desabou na cama ao receber a notícia da condenação do homem com quem viveu por cinco anos e que a agrediu durante uma viagem a Nova York em 2016. Reviveu pela milésima vez os chutes na perna, o soco no olho, as quatro costelas quebradas pelo bilionário empresário Lirio Parisotto, 63 anos – cenas que revelara com exclusividade a nossa equipe na edição de setembro do ano passado. Luiza ainda recordou a noite em que entregou o Prêmio CLAUDIA à cearense Maria da Penha, que dá nome à lei de combate à violência doméstica. “A lei funciona. A Justiça condena”, diz, aliviada. “O resultado foi importante para mim e coibirá esse tipo de atitude.” O réu foi condenado a um ano de prisão em regime aberto. Como é primário, a juíza concedeu a ele a suspensão da pena (*sursis*) por dois anos, período no

qual terá de ir todo mês ao fórum para comprovar residência fixa, além de prestar serviço comunitário por 12 meses. E não viajará sem permissão judicial. Mas isso só vai valer quando for julgado o recurso com que Parisotto tenta reverter a decisão. A repercussão do caso leva a refletir sobre o tratamento dado pela Justiça ao tema. O processo teria andado com celeridade se não envolvesse famosos? Servirá de exemplo a outros tribunais? A punição está na medida?

Só um quarto das vítimas denuncia os agressores. Soma-se a isso a escassez de defensorias públicas, promotorias e juizados especializados. Apenas 1% dos municípios dispõe dessa estrutura, o que provoca o arquivamento da maioria dos episódios. Embora 263 426 processos tenham chegado em 201, às varas estaduais (10% a mais que no ano anterior), a impunidade tende a inspirar os violentos. Especialistas comentam as lições que o caso Brunet passa à sociedade.



Luiza, aliviada: "A lei funciona. A Justiça condena. O resultado foi importante para mim e colará esse tipo de atitude"

A CONDENAÇÃO ENSINA

Ana Rita Souza Prata, defensora pública e coordenadora do Núcleo de Promoção e Defesa dos Direitos da Mulher, em São Paulo

"A política criminal brasileira protege quem tem patrimônio e muito pouco a integridade física ou moral das mulheres. Por isso, o crime de furto – aquele que não usa violência (artigo 155 do Código Penal) – tem pena mais grave que o de lesão corporal (artigo 129), como no caso Brunet. Esse é um dos motivos da pena a Parisotto ter sido fixada num patamar considerado baixo.

Entretanto, a responsabilização criminal traz consequências além da pena aplicada. Ou seja, o condenado passa a ter no currículo um antecedente criminal.

Em violência doméstica, a responsabilização desmistifica a ideia de que esse tipo de crime não dá em nada ou que as brigas devem permanecer no âmbito da casa. A demonstração de que há condenação para o agressor gera uma reflexão na sociedade e no sistema de Justiça. Também

fortalece o argumento de que todas as mulheres devem ter acesso à mesma Justiça quando precisarem. Os meios de comunicação têm dado espaço ao tema graças a uma nova postura da população, especialmente das mulheres, que exigem respostas às condutas violentas. É uma grande mudança, que não tem mais volta, embora os efeitos não sejam imediatos. Junto com ela, precisam ser construídas políticas públicas de prevenção, como discutir o assunto nas escolas."

"A política criminal brasileira protege mais o patrimônio que a integridade das mulheres"

A DENÚNCIA É DESRESPEITADA

Samira Bueno, socióloga e diretora executiva do Fórum Brasileiro de Segurança Pública

“As reações de Lírio Parisotto são o exemplo de um traço comum nesses casos. Ainda há uma tendência de desqualificar a fala da vítima, o que é uma forma de culpabilizá-la. Muitos dizem: ‘Ela tinha recursos; por que não se separou dele antes que as coisas chegassem àquele ponto?’. A mulher é tomada como o pivô em várias esferas. Quando vai dar queixa na delegacia, ouve: ‘Você aqui de novo?’. Ora, é comum a mulher ir várias vezes apresentar denúncias de violência doméstica. E o policial faz esse tipo de colocação como se ela – por não ter saído de casa – estivesse pedindo para apanhar.

Outro pensamento recorrente é de que há uma guerra de versões. A palavra de um contra a do outro, cabendo ao juiz decidir qual delas acatar. Há um percurso: a denúncia vira inquérito policial, passa pelo Ministério Público e, se o processo é aceito, ingressa no tribunal. É a Justiça que está dizendo que houve, de fato, uma agressão. Esse caso faz pensar. Por exemplo: o enquadramento da agressão como lesão corporal leve me surpreendeu. Não vejo agressão leve em mulher que sai com olho roxo e costelas quebradas. Parece algo mais grave. E por que o empresário joga com os valores de uma sociedade machista? Para tentar ganhar no ‘julgamento’ popular, na opinião pública, a causa que perdeu na Justiça. Logo após a sentença, isso ficou evidente no post do Instagram dele: ‘Atentem para o financeiro’. Como Luiza entrou com ação pedindo a partilha parcial dos bens conquistados no período em que estiveram juntos, ele a acusa de estar interessada em seu dinheiro.”

“Quando a agressão chega à Justiça, não é mais a palavra de um contra a do outro”

“A Lei Maria da Penha é a carta de alforria da mulher brasileira. Ouço muitas que se autointitulam ‘Salvas pela Lei’”

O MACHISMO SEGUE FORTE

Maria da Penha, fundadora do instituto que leva seu nome e desenvolve ação educativa de conscientização das mulheres sobre o direito de viver sem violência

“A cultura machista está em todos os segmentos, influenciando agentes públicos e operadores do direito, que, muitas vezes, tomam atitudes movidos por sua bagagem social e por seus valores. Porém, acredito em avanços quando vejo homens de alta classe social serem enquadrados, como Lírio Parisotto. A Lei Maria da Penha está cumprindo o papel de proteger a mulher e punir o agressor.

Embora a lei ainda não funcione como deveria por muitos motivos, como a falta de capacitação dos agentes e de políticas públicas que a façam sair do papel, temos exemplos positivos da correta aplicação dela. Participo de eventos em todo o Brasil e escuto depoimentos emocionados de mulheres que se autointitulam ‘Salvas pela Lei’. Isso me dá forças para continuar lutando. A batalha é dura, mas há vitórias: em 2013, atingimos a totalidade das capitais brasileiras com políticas públicas em atenção à Lei Maria da Penha. Ou seja, passaram a ter uma delegacia especializada, um Juizado de Violência Doméstica, uma casa-abrigo... Ainda falta muito, mas não se pode negar o processo de resgate da dignidade da mulher brasileira, em curso desde a criação da lei, em 2006. Só quem enfrenta o problema reconhece o valor: ela é a carta de alforria da mulher brasileira. Mas, por si só, não acabará com a cultura patriarcal arraigada. Precisa de tempo para a transformação. E esta passa, inegavelmente, pela educação.”

NEGRAS, AS MAIS INJUSTIÇADAS

Livia Santana e Sant'Anna Vaz, promotora de Justiça e coordenadora do Grupo de Atuação Especial em Defesa da Mulher e da População LGBT (Gedem), na Bahia

"Diante da realidade do sistema de Justiça brasileiro, que ainda reproduz o racismo e o sexismo institucionais, temos o que comemorar. Em primeiro lugar, a quebra do silêncio da mulher: isso rompe o ciclo de violência em torno dela e incentiva outras na mesma situação. Também é importante a condenação de um réu com esse perfil e em tempo razoável, considerando a tão falada morosidade da Justiça brasileira. O episódio deu visibilidade a um lado da violência doméstica e familiar: ela ocorre em todas as classes sociais. A repercussão desse caso e do protagonizado pelo ator José Mayer propicia um controle social da atuação do sistema de Justiça. No entanto, é fundamental que os meios de comunicação assumam a tarefa educativa de prevenção e mostrem a violência de gênero, que afeta de modo ainda mais severo as mulheres negras. Por isso, é preciso refletir sobre os obstáculos sociais e raciais que tornam mais árdua, para as negras e pobres, a busca de direitos. Já no primeiro atendimento, em geral na Delegacia da Mulher, essas vítimas devem ter acesso à rede de proteção para que sejam empoderadas, recebam informações sobre o trâmite processual e obtenham acolhimento e acompanhamento psicossocial. Elas necessitam disso mais que as outras. O que, de modo algum, torna menos legítima a luta de mulheres como Luiza Brunet."

"É importante a condenação de um réu com esse perfil e em tempo razoável, dada a morosidade da Justiça brasileira"

"Grupos de reflexão para agressores oferecem oportunidade de transformação maior que a pena de prisão"

DEBATER PARA MUDAR

Adriana Ramos de Melo, juíza de direito do I Juizado de Violência Doméstica e Familiar do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro

"A Lei Maria da Penha trouxe grandes alterações em relação à pena para o delito de lesão corporal. Antes estabelecida entre seis meses e um ano, ela passou a ser de três meses a três anos. Entretanto, entendo que mandar o agressor para a prisão não resolve o problema. As prisões embruteçam, não ressocializam. Porém, se o crime for de lesão corporal grave – ou seja, que deixa sequelas e deformidades, como o estupro, e outros cuja pena ultrapasse quatro anos de prisão –, o réu deverá cumprir preso. Desde 2007, o I Juizado de Violência Doméstica e Familiar contra a Mulher do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro desenvolve um trabalho com autores de violência. São grupos de reflexão que reúnem homens condenados ou que ainda respondem a processos. Há também os que foram presos em flagrante e, ao serem soltos, têm de respeitar algumas condições, como participar do grupo, que conta com uma psicóloga e uma assistente social. Ali os homens tomam consciência da responsabilidade pelos atos praticados, têm a oportunidade de debater sobre educação, gênero, masculinidade, combate às drogas e ao álcool e sobre o que é viver uma relação com respeito à mulher e aos direitos humanos. São temas capazes de causar reflexões e alterar o comportamento nas relações afetivas. Também criamos um núcleo de execução penal para fiscalizá-los. Acompanhamos os condenados em suspensão condicional da pena, que devem deixar de frequentar determinados lugares e precisam comparecer ao fórum para justificar suas atividades."

Prêmio CLAUDIA

22º
PRÊMIO
CLAUDIA

NEGÓCIOS & POLÍTICAS PÚBLICAS

Nesta edição, você conhece as histórias e os projetos das candidatas de mais duas categorias da premiação de 2017. Em agosto e setembro, serão reveladas as demais finalistas

TEXTO GIULIANA BERGAMO FOTOS PABLO SABORIDO

Realização:

CLAUDIA



Apoio:



CHRONOS

EDUCAÇÃO COM TECNOLOGIA

Danielle Brants

O QUE ELA FAZ: É fundadora da Guten, startup que fornece a escolas uma plataforma digital de leitura e compreensão de texto por meio de notícias

O discurso da paulistana Danielle Brants é típico de professor apaixonado pelo que faz: “Tenho convicção de que a educação pode mudar o mundo e de que a leitura é uma porta para acessar as transformações”, diz. A sala de aula, porém, não é o ambiente de trabalho dela. Formada em administração de empresas, Danielle passa a maior parte do tempo em um escritório na Avenida Paulista, vizinho do Museu de Arte de São Paulo (Masp). Ali, preside a Guten Educação e Tecnologia, startup que criou após deixar uma carreira de sucesso no mercado financeiro. “Quando voltava para casa, depois do expediente, ia observando o que havia à minha volta e questionava: ‘O que estou fazendo para mudar esta realidade?’.” Insatisfeita, surpreendeu chefes e colegas ao pedir demissão. Passou seis meses avaliando para que área migraria. “Queria investir em algo que realmente gerasse impacto para a sociedade. Percebi que não teria muito como fugir de um dos dois setores mais carentes: saúde e educação”, conta. Optou pelo segundo, mas decidiu que faria algo inovador. “O mundo está mudando, mas a forma como estudamos ainda é muito parecida com a dos tempos de nossos avós. Quis fazer algo para modificar isso.”

CATEGORIA:
Negócios
PROFISSÃO:
Administradora
IDADE: 32 anos



“O mundo está mudando, mas a forma como estudamos ainda é muito parecida com a dos tempos de nossos avós. Quis fazer algo para modificar isso”

Fundada em 2014, a Guten fornece a escolas um sistema digital de leitura e compreensão de texto por meio de notícias. Funciona assim: pelo tablet ou computador, os alunos têm acesso a reportagens, atualizadas semanalmente e divididas em cinco seções, como em um jornal: Bem-Estar; Brasil; Ciência e Tecnologia; Comportamento; e Mundo. Para cada uma delas, há quatro atividades – duas preparatórias, que devem ser realizadas antes de acessar o texto, e duas para serem feitas depois. O conteúdo, produzido por uma dupla de jornalistas, é pautado por assuntos atuais e escrito em linguagem própria para alunos do 4º ao 9º ano do Ensino Fundamental. Inclui dados de pes-

quisas recentes e entrevistas com especialistas realizadas para o programa da Guten. Já as tarefas são desenvolvidas por uma equipe de educadores e levam em consideração as habilidades de leitura de cada faixa etária segundo os critérios do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (Inep). Com base no desempenho dos estudantes, o programa gera relatórios que apontam para o professor quais são as carências específicas de cada criança. Atualmente, 66 escolas – 30 delas do sistema público –, espalhadas pelo Brasil, utilizam a plataforma, somando mais de 36 mil alunos.

Prêmio CLAUDIA

MEDICINA INTELIGENTE

Ana Elisa A.C. de Siqueira

O QUE ELA FAZ: Criou um modelo de gestão de saúde focado em prevenção e no controle de doenças crônicas

Para a oftalmologista Ana Elisa A.C. de Siqueira, a medicina contemporânea tem um problema crônico: paga-se por serviço, não por desempenho. “O paciente que, porventura, sai enxergando mal depois de uma cirurgia de catarata vai desembolsar pela operação o mesmo valor que aquele que saiu bem. Isso faz com que todo o sistema mire na produção, não na qualidade”, afirma. Foi pensando nisso que ela criou o Grupo Santa Celina, empresa que oferece soluções para gestão de hospitais, empresas e convênios médicos e que, em 2016, faturou 70 milhões de reais. Um dos braços do negócio é o Semeando Saúde, modelo de organização dos atendimentos que tem como objetivo promover a prevenção, melhorar os resultados dos atendimentos e, como consequência, diminuir custos.

A base de tudo é uma rede de monitoramento da cartela de clientes, que são divididos em três grupos: quem tem menos de 60 anos e é saudável; quem está na mesma faixa etária, mas já é portador de alguma doença crônica; quem tem mais de 60 anos. Com cada um deles a abordagem é diferente. Para os idosos, por exemplo, o objetivo é evitar que percam capacidades cognitivas e funcionais. “Quanto maior o declínio de saúde



nessa idade, maior o risco de mortalidade, internações e procedimentos médicos”, diz. Um sistema informatizado concentra e organiza informações de cada paciente, desde dados cadastrais até resultados de exames e orientações feitas durante a consulta. Por telefone, uma equipe entra em contato (em datas preestabelecidas) para lembrar sobre retornos, check-ups e conferir se os medicamentos estão sendo tomados de forma correta. “Assim, conseguimos reduzir o número de passagens no pronto-socorro e de internações. E, mesmo quando elas ocorrem, são mais breves”, afirma a empresária. “Também acreditamos que o pagamento dos médicos reflete

diretamente na qualidade do atendimento.” Para isso, ela criou a rede Cuidar, que capacita os especialistas a usar o sistema e oferece quase o dobro da remuneração praticada no mercado.

Filha e neta de médicos, Ana Elisa seguiu o que parecia ser o caminho natural da família: cursou medicina e especializou-se em oftalmologia. Mas seu interesse real era a administração hospitalar. Fez um mestrado em economia e gestão em saúde na Escola Paulista de Medicina, além de especializações em finanças e gestão estratégica. E a partir daí desenvolveu a própria trajetória – de sucesso.

“Meu objetivo é resgatar o sentido da medicina, que é cuidar do paciente visando primeiro à promoção da saúde, não ao lucro”

MARCHANDE À BRASILEIRA

Fernanda Feitosa

O QUE ELA FAZ: É fundadora da SP-Arte, feira anual que colocou o Brasil no roteiro do mercado mundial de obras de arte

Quando voltou da Argentina, em 2004, depois de um período sabático com o casal de filhos e o marido, a advogada Fernanda Feitosa trouxe na bagagem um sonho: colocar o Brasil no roteiro das feiras internacionais de arte. A ideia já desembarcou aqui em forma de plano de negócio, que ela estruturou sozinha ao longo de dois meses. “Sabia que tínhamos o ambiente ideal para fazer algo do tipo: artistas talentosos, um conjunto de galerias já expressivo e um público ávido por conhecer e consumir as obras”, diz. O único entrave importante eram os impostos altos praticados no país para produtos trazidos de fora, o que barrava a entrada de expositores estrangeiros. “Para resolver esse problema, consegui que o governo do estado de São Paulo não cobrasse ICMS de peças de arte nos dias de feira”, conta. Como modelo de evento, Fernanda mirava o caso da São Paulo Fashion Week, que, anos antes, passara a atrair os olhares do mundo para os estilistas brasileiros.

O projeto materializou-se rapidamente. Em 2005, aconteceu no primeiro andar do prédio da Bienal, no Parque do Ibirapuera, a primeira edição da SP-Arte, da qual participaram 40 galerias – entre elas, apenas



“Mais do que vender obras de arte, acredito que a SP-Arte tem o papel de formar o público e aquecer o mercado como um todo”

uma estrangeira. De lá para cá, a capital paulista já foi palco de outras 12 edições. Na mais recente, realizada em abril passado, 30 mil pessoas conferiram os trabalhos de 134 galerias, cerca de um terço delas de fora do país. O evento contou ainda com área dedicada ao design e programação de visitas guiadas. O relatório anual de 2016 do *The Art Newspaper*, periódico internacional sobre o segmento, incluiu o negócio de Feitosa no terceiro lugar do ranking das seis feiras que mais cresceram entre os anos de 2011 e 2015. No topo do pódio estão a Contemporary Istanbul, na Turquia, e a Art Stage Singapore, em Singapura. Para

ter uma ideia, apesar da crise deste ano o total de vendas somou 200 milhões de reais, 6,5 vezes o valor alcançado em 2010.

“Mais do que vender as obras e divulgar o trabalho dos artistas e galerias, acredito que a SP-Arte tem o papel de formar o público”, declara. Segundo ela, só um em cada dez visitantes sai da Bienal com obras para levar para casa. Os outros estão ali para passear. “É justamente para esses nove que mais trabalho. Meu objetivo é fazer com que eles passem a apreciar o que estão vendo ali e, no futuro, consumam também.”

PROTETORA DAS MULHERES AGREDIDAS

Denice Santiago

O QUE ELA FAZ: É criadora da Ronda Maria da Penha, da Polícia Militar baiana, que garante a segurança de mulheres vítimas de violência doméstica

Aos 18 anos, Denice Santiago ingressou na primeira turma feminina da Polícia Militar da Bahia. "Tudo era estranho. Havia uma regra segundo a qual mulheres não podiam entrar no quartel após as 22 horas. Tivemos que acabar com aquilo", conta. Foi só a primeira das mudanças de que fez parte. Em 2005, ela participou da comemoração dos 50 anos da mulher na polícia de São Paulo. Ali, ouviu depoimentos dramáticos das colegas paulistas. "Havia casos de depressão e até suicídio. Percebi que nós todas vivemos uma realidade parecida e muito dura", diz.

A experiência deu origem, no ano seguinte, ao Centro de Referência Maria Felipa, núcleo de gênero dentro da PM baiana que tem a missão de valorizar e melhorar as condições de trabalho da mulher no batalhão. Entre outras vitórias, o grupo conquistou a aprovação de uma portaria que assegura direitos às policiais grávidas. Ali, Denice passou a receber também queixas de mulheres de PMs agredidas pelos maridos. "Aquilo chamou minha atenção para a violência doméstica", afirma. Pouco tempo depois, quando já trabalhava na Secretaria Estadual de Políticas para as Mulheres, ela teve a ideia de criar um recurso específico para garantir a segurança de quem está sob medida



"Atuamos contra um crime que acontece onde o poder público não entra: a casa das pessoas"

protetiva (aguardando o processo contra o agressor). Assim nascia a ronda Maria da Penha, batalhão especial que faz visitas periódicas e acompanha de perto as vítimas de violência doméstica.

Os casos são encaminhados pelo Tribunal de Justiça. Na primeira visita, os policiais avaliam, de acordo com a gravidade da situação, a frequência com que devem voltar àquela residência. Não à toa, o grupo ganhou o apelido de

Salvadores de Marias. "Em menos de três anos de atividade, acompanhamos 1 039 mulheres e realizamos 63 prisões ou, como costume dizer, evitamos 63 feminicídios", afirma Denice, que hoje é major. Ela criou também o Ronda para Homens, encontros com agressores ministrados por policiais homens em que discutem as várias formas de violência doméstica.



"Acredito que um país só pode ser considerado completamente independente quando todos os cidadãos têm acesso pleno à educação"

EM PROL DA ESCOLA DE QUALIDADE

Priscila Cruz

O QUE ELA FAZ: É presidente e uma das fundadoras da ONG Todos pela Educação, que luta por leis e boas práticas no ensino nacional

A alfabetização descor-tina o mundo. Ao ler e escrever, o indivíduo alcança um novo status na sociedade, reforça seu espírito crítico, participa mais ativamente das decisões que repercutem diretamente em sua vida e tem acesso ao conhecimento formal. O Brasil ainda está longe de assegurar esse direito a todos os cidadãos, mas importantes passos foram dados na última década. O índice de analfabetismo, por exemplo, cai ano a ano – baixou de 9,3 milhões de pessoas com mais de 15

anos, em 2007, para 7,4 milhões, em 2015. Paralelamente, a quantidade de brasileiros que ingressa na escola só aumenta. Por trás dessas boas notícias estão os esforços do movimento Todos pela Educação, iniciativa da sociedade civil que tem como objetivo garantir ensino de qualidade nas escolas do país. Fundada pela paulistana Priscila Cruz em 2006, a organização não governamental surgiu do desconforto da administradora e seus colegas diante da instabilidade política que se instalou com o escândalo do mensalão, em 2005. Na época, ela dirigia a Faça Parte, ONG de trabalho voluntário estudantil. "Ao acompanhar o noticiário, refletimos: a única saída concreta para o país é o investimento em educação."

Seu primeiro desafio foi fazer um amplo levantamento das mais relevantes iniciativas educacionais espalhadas pelo Brasil. Em seguida, realizou 70 entrevistas com pessoas influentes, de

gestores públicos a empresários. Organizou um workshop com todos eles para traçar metas e estratégias para melhorar os índices de ensino no Brasil e criou uma comissão técnica que as validasse. Assim, em setembro de 2006, o movimento foi lançado em um evento que reuniu 400 pessoas no Parque do Ipiranga, em São Paulo. A data e o local não foram escolhidos aleatoriamente. "Um país só pode ser considerado completamente independente quando todos os cidadãos têm acesso pleno à educação", afirma. Entre as conquistas da entidade está a Emenda Constitucional nº 59, de 2009, que ampliou a faixa etária que tem direito à Educação Básica gratuita: passou de 7 a 14 anos para 4 a 17 anos. Desde a aprovação da medida, foram criadas quase 300 mil vagas para professores ao longo dos seis anos seguintes.

Prêmio CLAUDIA

SAÚDE PARA TODOS **Merula Anargyrou Steagall**

O QUE ELA FAZ: Defende o direito de pessoas com linfoma, leucemia e talassemia, uma anemia rara, a tratamentos e medicamentos

A agenda da paulistana Merula Anargyrou Steagall tem um compromisso fixo. Todas as sextas-feiras, ela passa oito horas no Hospital Israelita Albert Einstein, em São Paulo, recebendo transfusão de sangue. Portadora de um tipo raro de anemia, a talassemia, na infância ela foi desenganada – os médicos disseram que ela não viveria além dos 5 anos. Hoje com 50, a administradora é uma das pessoas mais velhas do mundo vítima da doença. A saúde, porém, nunca a impediu de colocar em prática seus projetos nem de encarar a vida com otimismo. Ainda na adolescência, Merula decidiu que seria mãe, apesar das restrições médicas. “Namorei muito procurando um pai para os meus filhos”, conta, bem-humorada. Aos 23 anos, casou-se com Denisarth Steagall Júnior, com quem teve quatro filhos. O mais velho foi diagnosticado com linfoma aos 5 anos. A segunda criança, uma menina, morreu logo após o parto, em decorrência de malformações. O caçula foi adotado pelo casal logo que nasceu.

Dona de uma importadora de acessórios para cozinha, em 2000, Merula foi procurada pela então presidente da Associação Brasileira de Talassemia (Abrasta), que seu pai criara. A entidade enfrentava uma crise e estava prestes a fechar. Merula assumiu as dívidas



CATEGORIA:
Políticas Públicas
PROFISSÃO:
Administradora
IDADE: 50 anos

“A medicina existe para cuidar do paciente. Mas, para isso, é preciso garantir que ele tenha acesso a ela”

e a presidência e traçou um plano de salvação para a instituição. “Em apenas dois anos, conseguimos modernizar o atendimento da doença”, diz. O sucesso foi tanto que o então ministro da Saúde, José Serra, sugeriu que Merula usasse a expertise para remodelar outras áreas da saúde. Assim nasceu, em 2002, a Associação Brasileira de Linfoma e Leucemia (Abrale), que tem, entre seus pilares, a criação e o monitoramento de

políticas públicas que garantam os direitos dos doentes com câncer. Foi graças ao trabalho da organização que, em 2007, os planos de saúde foram obrigados por lei a arcar com as despesas dos transplantes de medula óssea de seus clientes – antes, esses pacientes ou eram relegados às filas de espera do sistema público ou se endividavam para pagar o procedimento.

22º
PRÊMIO
CLAUDIA

Escolha SUAS CANDIDATAS

Agora que você conheceu as finalistas de Negócios e Políticas Públicas, já pode votar. Em cada categoria, eleja aquela que, em sua opinião, realiza o trabalho mais relevante. Qual delas é a mais inspiradora, inovadora e responsável pelo projeto de maior impacto social? Dê seu voto em premioclaudia.com.br e ajude a homenagear as mulheres que batalham para fazer deste um país melhor. Ele será somado aos votos de uma comissão de jurados convidados e aos de um time da Editora Abril.

Realização:

CLAUDIA



Apoio:



CHRONOS



PRATIQUE
ORGANIQUE

O ENERGÉTICO ACABOU DE EVOLUIR. VÁ COM ELE!

- Mude para o primeiro e único energético
100% natural e orgânico

- Sem conservantes, sódio, corantes,
taurina e outras substâncias químicas

- Ação energética prolongada
e sem efeitos colaterais

- Sucesso no Japão, Estados Unidos, Chile e outros países

- Reconhecimento de qualidade orgânica



Acesse
www.go-box.com.br
 e receba seu energético,
 com desconto
 em casa.

Go
BOX

CARREIRA & DINHEIRO

JULHO 2017 / EDIÇÃO Isabella D'Ercole



24 HORAS DE ALESSANDRA BOMURA

"Era a carreira do futuro", diz a executiva de 47 anos, justificando a escolha dela pela faculdade de Ciências da Computação, na Universidade Estadual Paulista. Algum tempo depois de formada, ela já estava trabalhando na área de telecomunicações em Curitiba. Na GVT, passou

pelos setores de operações, atendimento e planejamento. Há pouco mais de dois anos, assumiu a vice-presidência de tecnologia da Informação na Vivo — por isso, de segunda a quinta-feira, deixa a família na capital paranaense e desloca-se para São Paulo. Acompanhe a rotina dela.

24 horas com...

6:10

Disposição máxima

"As segundas, pego o primeiro voo de Curitiba para São Paulo – mas nos outros dias também acordo cedo, porque às 6h30 a personal já está me esperando na academia do prédio. Descobri, com os anos, que o esporte é um aliado para reduzir a tensão e dá pique para aguentar o ritmo do trabalho. Então, não abro mão."

9:00

No escritório

"O time que compõe minha área na Vivo tem 1,5 mil pessoas. Supervisiono 300 projetos, que são desenvolvidos simultaneamente. Isso quer dizer que tenho muitas reuniões para acompanhar o status de cada um. Para dar conta de tudo, sou disciplinada: deixo o objetivo do encontro claro e evito que dure

mais de uma hora e já emendo o seguinte."

11:00

Reuniões de líderes

"Como muitos projetos são transversais, ou seja, incluem outras áreas, também tenho reuniões com meus pares para falar sobre as necessidades dos clientes, transformações digitais, alterações de sistemas, finanças..."

13:00

Almoço de negócios

"Costumo comer no refeitório da empresa, o que me garante mais uma hora para colocar em dia outros assuntos com os colegas."

14:00

Rotina Internacional

"A Vivo pertence ao grupo Telefonica, cuja sede é na Espanha. Então, fazemos muitas ligações e reuniões por vídeo com o

"Sou uma pessoa ativa; emendo um curso no outro. Mas já entendi que não vai dar tempo de fazer tudo. Então, se perco a academia ou não consigo meditar um dia, não me sinto culpada"

pessoal de lá para alinhar estratégias e compromissos. Também participo de reuniões do comitê executivo."

16:00

Captando Inspiração

"Gosto muito de visitar outras empresas que estejam promovendo inovação, principalmente em gestão. Há muito o que aprender nesses ambientes abertos, cujos processos são mais ágeis. Estamos vivendo uma transformação na nossa maneira de trabalhar e só trocando figurinhas e observando vamos chegar a um resultado bom para todos. Participo de grupos para discutir isso e outras questões, como diversidade, equidade de gêneros e

fortalecimento das causas femininas no setor de tecnologia da informação."

20:00

Momento pessoal

"Saio da Vivo em torno das 19h30. Uma vez por semana, faço aula de canto. É um hobby antigo, mas agora estou experimentando uma nova técnica, chamada *belting*, muito usada na Broadway. Nos outros dias, medito. Eu mesma preparo meu jantar. Sou fã de cozinhar. No entanto, durante a semana, recorro a receitas mais simples. Como minha família fica em Curitiba, à noite converso com ela. Só é possível levar essa rotina porque tenho uma rede que me apoia: meu marido cuida dos nossos filhos,

de 14 e 20 anos; meu vizinho dá carona para a caçula e tenho uma ajudante incrível, com quem conto sempre."

22:00

Hora do estudo

"Estou fazendo um curso no Instituto de Tecnologia de Massachusetts, o MIT. Às vezes, tenho aula presencial, mas

a maioria é à distância. Então, estudo todas as noites e aos sábados."

00:00

Fim da jornada

"Ultimamente, tenho dormido apenas seis horas, mas acordo descansada. Aproveito o fim de semana para colocar o sono em dia."

Foto: acervo pessoal



A executiva adora cozinhar e deixa os pratos elaborados para fazer em Curitiba. "Quando viajo, trago temperos e testo receitas típicas, como a *saltimbocca alla romana*, italiana"

Escritório conectado

Cheios de recursos, estes gadgets vão facilitar sua rotina profissional, seja ao fazer uma reunião, seja ao elaborar o próximo projeto

COLABOROU ROBERTA TINTI



ALTO E BOM SOM

A caixa de som portátil Onyx Mini, da Harman Kardon, funciona como um amplificador (via cabo ou Bluetooth) para celulares e computadores. Ótima para *conference calls*. Custa 799 reais.



LEVEZA E ERGONOMIA

Com apenas 1 quilo, o notebook Vaio Pro 13G, da Sony, é ideal para quem se desloca bastante. O teclado, ergonômico, tem uma pequena elevação. Custa 5 399 reais.



VELOCIDADE MÁXIMA

Último lançamento da família, o novo iPad tem tela de 9,7 polegadas (intermediária entre a do mini e a do Pro) e desempenho duas vezes mais rápido que seu antecessor. Custa a partir de 2 499 reais.



VISÃO SUPERIOR

Com 34 polegadas, o monitor UM68, da linha UltraWide 21:9, LG, facilita trabalhos gráficos. Além da precisão de 99% na exibição de cores, permite visualizar simultaneamente diversos programas. Custa 2 699 reais.



CELULAR NA TELONA

O Samsung Dex é um dock que adapta celulares Galaxy S8 e S8+ a monitores, permitindo que você acesse os conteúdos e aplicativos do smartphone na tela grande. Custa 649 reais.



PEQUENA POTENTE

Menor modelo do mercado (40 centímetros de comprimento), a Multifuncional HP Deskjet Ink Advantage 3790 pode ser conectada a dispositivos móveis. Custa 499 reais.



SEM FIO

Com design ergonômico, o mouse Dell Premier WM527 é perfeito para quem precisa de mobilidade, pois oferece conexão wi-fi e bluetooth com diversos aparelhos. Custa 149 reais.



ARTE DIGITAL

A Wacom Intuos Pro Paper Edition é uma mesa digitalizadora que capta desenhos feitos na tela mesmo sobre um papel. Armazena 200 esboços. Custa a partir de 2 899 reais.



SUPERDURAÇÃO

A bateria portátil da I2GO garante quatro recargas completas de smartphones e vem com uma lanterna embutida. Pesa 200 gramas e custa 199,90 reais.



DIVERSIDADE É A CHAVE DO SUCESSO

Diretora do Google Fotos, Manjari Bhatia, brasileira de família indiana, aposta em equipes heterogêneas

TEXTO ISABELLA D'ERCOLE

Circula pelos corredores da sede do Google, em São Francisco (EUA), a história de um diretor que teria encerrado uma reunião falando: "Da próxima vez, quero ver mais diversidade nesta mesa. Estamos construindo um produto para o mundo, e não para um bando de homens". Não se sabe

ao certo se a história é verídica, mas fascina funcionários e transformou-se em norte da política dos gestores ao montar suas equipes. A brasileira Manjari Bhatia, 41 anos, diretora do Google Fotos, é uma de suas seguidoras. Em especial porque diversidade é um tema sensível para ela: apesar da certidão de nascimento carioca, Bhatia, filha de indianos, vive desde

a infância nos Estados Unidos. Formada em engenharia no renomado MIT (o Instituto de Tecnologia de Massachusetts), ela aprendeu cedo que a habilidade em conversar com pessoas diversas sem julgá-las é uma grande vantagem. E que uma missão tem mais chances de êxito quanto mais gente e ideias diferentes envolver. Em recente passagem por São Paulo, a executiva até arriscou algumas palavras em português para defender a diversidade como ferramenta essencial ao sucesso das equipes de hoje.

Como estrangeira e mulher, você sofreu algum tipo de preconceito?

Na escola, colegas faziam comentários sobre minha origem e me chamavam de nerd, mas eu não me importava. Sofri mesmo com uma vizinha que tive logo que cheguei aos Estados Unidos, aos 10 anos. Ela era popular no colégio e falava coisas cruéis a meu respeito. Mas tudo mudou quando encontrei minha turma, que curti ciências e mecânica, como eu.

Nem todos respeitam a diversidade. É possível mudar isso?

Sim, só que não é rápido. Mesmo sem perceber, as pessoas frequentemente absorvem preconceitos em casa e acabam agindo pautadas por eles. Como não é algo violento, é mais fácil mudar – para isso, é preciso exercitar o cérebro para colocar-se no lugar do outro. No Google, nossa estratégia para ampliar a diversidade do time é fazer a análise inicial de currículos sem saber informações pessoais dos candidatos, como gênero, idade ou nome, avaliando somente suas habilidades.

Como a diversidade (ou a falta dela) impacta o resultado da empresa?

Times homogêneos, em geral formados por líderes sem confiança, que não querem ser questionados, são disfuncionais. Uma equipe que apresenta opiniões diferentes debate mais e chega a um produto final melhor. □

Volta POR CIMA

Crises profissionais – ou pessoais – nos ensinam a lidar com adversidades e trazem lições para a carreira e para os negócios. Estas mulheres contam o que aprenderam ao se levantar

TEXTO FABIANA CORRÊA FOTOS MARCIO DEL NERO

No momento em que se perde algo caro, como trabalho, saúde ou algo pelo qual se batalhou muito, fica difícil enxergar as lições recebidas no caminho – mas com o tempo elas se tornam mais evidentes. “Crises são um importante processo de aprendizagem, elas trazem autoconhecimento e fortalecem nossas habilidades para buscar soluções”, diz a coach Magda Santana, sócia da Adigo, consultoria em desenvolvimento empresarial, em São Paulo. Em geral, passado o furacão, é preciso realinhar valores e crenças, o

que acaba modificando profundamente o caminho que havia sido iniciado antes dele. Ao longo de seus 35 anos, a empresária Luzia Costa, dona da rede de franquias de beleza Sóbrancelhas, hoje com 197 lojas, viu seus vários pequenos negócios falirem seguidamente até aprender a administrar. “O que veio anteriormente foi importante para que eu tocasse meu negócio de maneira profissional”, diz. Ela e outras mulheres que passaram por momentos dramáticos contam aqui como as lições da crise tiveram impacto em suas carreiras e em seus negócios.



De dona a funcionária

**ETIENNE DU JARDIN,
37 ANOS, SÓCIA
DA CARTEL 55**

No ano passado, a designer Etienne du Jardin teve que lidar com o que via, a princípio, como um fracasso. Em 2015, sua agência de promoções começou a sofrer com a crise. No primeiro ajuste, ela cortou a equipe pela metade. No segundo, demitiu os demais. "Não dormia direito, envelheci uns dez anos em seis meses. Eu me sentia incompetente em todos os sentidos", diz. O marido teve um colapso e o casamento ficou por um fio. Em 2016, ela tomou a decisão inevitável: fechou a empresa, cheia de dívidas, e foi procurar emprego. "Queria encontrar algo que tivesse a ver comigo; não podia abrir mão dos meus valores", conta. Um amigo a indicou para trabalhar na área de atendimento de uma agência de marketing digital, em São Paulo. Na hierarquia, era um cargo baixo, mas ela usou suas habilidades de empreendedora e abraçou projetos paralelos. Neste ano, entrou para a sociedade e passou a cuidar de uma nova unidade do grupo, a Cartel+55, produtora digital que capacita e emprega jovens de baixa renda. Etienne toca justamente a formação desses novos profissionais – e se sente realizada assim. "Aquele situação me trouxe até aqui, onde vi que, mais do que ganhar dinheiro, é importante ter um propósito."



Paz com o espelho – e com o bolso

RENATA POSKUS, 35 ANOS, EMPREENDEDORA DO MERCADO PLUS SIZE

Aos 17 anos, com 1,72 metro e 60 quilos, Renata ouviu da professora de balé que não poderia ser bailarina por causa do peso. "Aquilo me abalou demais, era meu sonho", conta. cursou jornalismo e queria ser a moça do tempo, mas eram as estudantes magras as escolhidas para o papel. Até que a questão apareceu no seu relacionamento. "Passei anos com um namorado que me colocava para baixo devido ao meu corpo. Eu me sentia vítima", diz. Quando ele rompeu com ela, em 2009, Renata ainda estava sem emprego, o que piorou seu estado de espírito. Foi então que resolveu fazer um ensaio fotográfico sensual para chamar a atenção do ex. Eles não reataram, mas ela percebeu que poderia recuperar a autoestima – e ganhar dinheiro com isso. Reuniu outras mulheres para fazer fotos sexy e divulgou a iniciativa. "Na época, ninguém falava em modelos plus size; então, todo mundo noticiou", lembra. Enxergou aí um filão e criou os eventos Dia de Modelo e Fashion Weekend Plus Size, mais a marca Maria Abacaxita, dirigidos a mulheres orgulhosas das próprias curvas. "Parei de me vitimizar, vivo bem com meu corpo e encontrei meu ganha-pão."

Hora de assumir o negócio

CLEUSA MARIA DA SILVA, 51 ANOS, DONA DA SODIÊ DOCES

Para quem não conhece a história, o nome Sodiê, na fachada de 283 docerias, soa enigmático. Mas, para a empresária Cleusa da Silva, que há 20 anos virava madrugadas fazendo bolos para vender na vizinhança, ele tem tudo a ver com superação. É a junção dos nomes de seus filhos, Sofia e Diego, e substituiu a marca original da empresa, que se chamava

Sensações. Isso foi necessário porque, em 2007, quando já tinha 74 franquias, ela soube que o registro da marca havia sido negado (por se parecer com o nome de um chocolate). "Fiquei desesperada. Foram quatro meses sem dormir", lembra. Passado o baque, ela assumiu a responsabilidade pela mudança e garantiu aos franqueados que pagaria a

troca das fachadas. "A mudança custou 3 milhões de reais, mais do que o meu faturamento anual à época", diz. Para quem já foi bola-fria, era só mais um desafio. "Tomel a frente e profissionalizei a gestão", conta. Cleusa agora se prepara para lançar a Sodiê Salgados, torcada por Diego, hoje com 27 anos. "Não preciso fazer tudo sozinha, posso delegar."



Desistir não era opção

LUZIA COSTA, 35 ANOS, DONA DA SÓBRANCELHAS

Hambúrguer, pizza, tomate seco, pirulitos. Luzia Costa, dona da rede de franquias de estética Sóbrancelhas, já fez de tudo. Desde os 19 anos, quando tinha um carrinho de sanduíches no Interior de São Paulo, empreendeu diversas vezes — e quebrou. Endividou-se, perdeu tudo, deixou a cidade em que vivia e chegou a morar em um casebre com os dois filhos. “Nunca pensei em arranjar um emprego. Sobreviver do meu negócio era uma necessidade”, diz. A história começou a mudar quando alguém lhe sugeriu um curso grátis de estética enquanto ela vendia pirulitos na rua. Ela fez, mudou-se para a praia e montou uma tenda de massagens na orla. Juntou algum dinheiro assim, voltou para Taubaté (SP), que considera sua cidade, e atendeu de graça como esteticista em escolas até formar clientela. Montou então um pequeno salão e começou a ser procurada para dar treinamento a profissionais da concorrência. “Vi que poderia aumentar a minha empresa. Estruturei tudo sozinha e vendi a primeira franquia em 2013”, conta. Hoje, são 193 lojas no Brasil mais quatro na Argentina. E Luzia acaba de lançar uma franquia de cuidados com as unhas, a Beryllios, com duas lojas. “O segredo de ser grande é tratar-se como pequeno.”



Criatividade em meio à dor

PRISCILLA FIORIN, 38 ANOS, GERENTE DE RELAÇÕES PÚBLICAS

O nascimento de Catarina, em 2015, foi o momento mais feliz da vida de Priscilla Fiorin — e também um dos mais angustiantes. A menina sofria de uma doença rara: atresia do esôfago, má-formação que a impedia de se alimentar normalmente. Com dois dias de vida, enfrentou uma cirurgia que não deu certo. Minha filha foi para casa com um furinho na garganta (o respiro) e uma sonda para alimentação. “Eu dava de mamar apenas para que ela aprendesse a sugar, mas o leite escorria pelo furo”, conta. A preocupação aumentou quando chegou a hora de voltar ao trabalho, em uma multinacional de tecnologia, e a busca por babá virou um calvário. “Não conseguia encontrar alguém com os requisitos de que necessitava”, lembra. Na época, Priscilla estava concluindo um MBA e precisava montar um plano de negócios. Criou então o AppNanny, aplicativo que “filtra” características e faz uma busca entre mil babás cadastradas — hoje, já são 600 os usuários. Catarina refez a cirurgia, com sucesso, e sua mãe se dedica também a ajudar pais que passam por problemas semelhantes. “Conhecer alguém que enfrenta a mesma doença que você já é um alento.”

O poder de ser querido



CYNTHIA DE ALMEIDA
é jornalista e
estudiosa do
comportamento
feminino

Estou aqui para trabalhar, não para fazer amigos. A máxima de um mundo corporativo orientado pela competitividade e pelo resultado sempre foi clara: ou você será bem-sucedido ou será querido pelas pessoas à sua volta. São objetivos antagônicos, inconciliáveis. É uma das pedras no caminho da escalada das mulheres para os cargos de liderança – já que o desejo de sermos amadas costuma nos abater em pleno percurso. Pois novos estudos revelam o oposto da tal máxima. O grau de “likability” de um gestor está diretamente ligado à maior chance de ele obter felicidade, riqueza e sucesso profissional. A palavra em inglês não tem tradução fiel para o português, mas pode ser entendida como a “gostabilidade”, a aptidão de ser gostado, de ser amigável e confiável. O seu nível de “likability” é mais importante para seu crescimento na carreira do que outros fatores que costumamos julgar relevantes, como inteligência, origem socioeconômica e comportamento saudável.

Essas constatações partem de pesquisas realizadas em algumas das empresas mais desejáveis para trabalhar, como o Google. E foram analisadas pelo psicólogo social americano Mitch Prinstein no livro *Popular – The Power of Likability in a Status-Obsessed World* (em tradução livre, *Popular – O poder de ser querido em um mundo obcecado por status*).

Logo no título, Prinstein dá uma pista importante para o entendimento de sua tese. Ser popular tem duas definições bem diversas e, aparentemente, estamos gastando uma ener-

gia imensa atrás da errada. A popularidade do status é ser admirado, copiado, invejado. Status não é a medida de quanto a pessoa é querida, mas expressa sua dominância, visibilidade, poder e influência. A popularidade de que o psicólogo está falando é outra: é a de ser querido, capaz de deixar feliz e à vontade quem está por perto.

Quando pensamos nos líderes contemporâneos mais reconhecidos do mercado, vemos neles a popularidade do status, que associamos ao poder, à genialidade. A “likability” não tem nada a ver com isso. É uma característica identificável por crianças desde os 4 anos. Nessa idade, elas já conseguem apontar, entre os seus pares, os mais populares. E estes não são os mais poderosos, mas aqueles de quem gostam mais.

E qual é o perfil dessas pessoas capazes de gerar mais felicidade e produtividade no trabalho? Prinstein descreve personagens e situações reais (com nomes fictícios) e relaciona os principais traços de personalidade delas. Primeiro, ele notou que ser mais ou menos “gostável” não tem nada a ver com extroversão ou introversão. Os populares têm talento para ler o ambiente. Suas ideias, em uma reunião, não são necessariamente melhores que as dos outros, mas eles sabem o momento certo de apresentá-las. Captam os fundamentos emocionais das propostas dos colegas e usam suas habilidades sociais para se conectarem às pessoas. E, o mais importante, fazem perguntas. Também escutam as respostas. Açam tudo interessante e parecem dar atenção sincera ao que ouvem. Finalmente, têm senso de humor, fazem as pessoas rirem.

Se a teoria da popularidade for comprovada, há uma vantagem das mulheres em relação aos homens, já que somos mais competentes na arte de estabelecer conexões emocionais. Há também uma promessa alentadora no ar: a de termos lugares mais felizes para trabalhar. □

“Ser mais ou menos ‘gostável’ não tem nada a ver com extroversão ou introversão. Os populares têm talento para ler o ambiente. Usam suas habilidades sociais para se conectarem às pessoas”

CASACOR

SÃO PAULO

09/20 SET 2010 -

20/09 10H00 - 18H

Imagem Oficial

FOCO NO ESSENCIAL

Uma das principais tendências da decoração
em design de interiores é a busca pela simplicidade. E
é exatamente isso que a Casacor apresenta neste evento.
pergunta. Venha viver as emoções e as experiências
e os sonhos que você sonha em criar.
sempre em um ambiente agradável e confortável.

deca

RENAULT

mimartan



SEMPRE EM UM AMBIENTE



CASACOR



TV CASACOR

casacorofficial

casacor_oficial

casacor.com



Abril

oBoticário
Acredite na beleza



Nova linha
Capricho.
Para ficar linda
é só ser você
mesma.



CAPRICHÔ

O MELHOR
DA ARQUITETURA,
DECORAÇÃO E DESIGN
EM UM SÓ LUGAR.

VII Prêmio
CASA CLAUDIA.
Saiba mais no site.



apresenta

VII PRÊMIO **CASA**CLAUDIA

CATEGORIAS:

APARTAMENTOS
CASAS URBANAS
CASAS DE PRAIA
CASAS DE CAMPO
PAISAGISMO
DESIGN DE MOBILIÁRIO
DESIGN DE OBJETO
HOTÉIS E POUSADAS
ESCRITÓRIOS, CONSULTÓRIOS
E LOJAS
BARES E RESTAURANTES
USO DA COR

premiocasacaudia.com.br

Apoio:



Realização:



Abril

CASACLAUDIA

CASA & COZINHA

JULHO 2017 / EDIÇÃO Beatriz Koch



LAR CHEIO DE CHARME

Para celebrar o primeiro aniversário da loja física da marca, que nasceu como plataforma virtual de peças de design brasileiro a preços acessíveis, a Casaquetem convidou criadores para produzir objetos inspirados no seu logotipo. O Studio Elke Noda fez as tábuas de madeira de refloresta-

mento (162 reais cada uma); e o Gypso, as casinhas de concreto (89 reais cada uma), com 8 centímetros de altura. "A chaminé de cobre funciona como um vasinho", conta Luísa Jock, uma das fundadoras do site. Avenda em casaquetem.com.br e no espaço da Vila Madalena, em São Paulo.



MÓVEIS VESTIDOS

A paranaense Lafort, referência em roupas de tricô, acaba de lançar sua linha home. O trabalho, todo artesanal, agora enfeita itens como pufes, mantas, almofadas e poltronas (a da foto custa 2 890 reais). A marca também oferece a possibilidade de personalizar os produtos escolhendo cores, tramas e tamanhos diferentes

FAÇA VOCÊ MESMA

Preparar massas frescas em casa sem sujeira nem esforço é a promessa da Pasta Maker, da Philips Walita. Basta colocar os ingredientes e escolher um dos três bicos para fazer penne, fettuccine ou espaguete. À venda nas lojas Polishop por 1,2 mil reais.

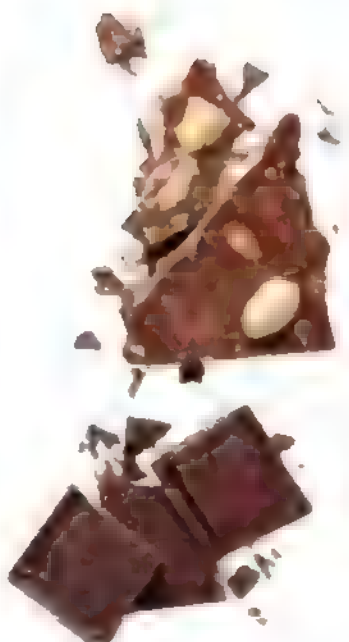


JÁ VÊM PRONTAS

Chegaram três novas pipocas com poucas calorias. 1. A Mini, da Favoritta, é feita com sorgo, cereal rico em fibras, sem uso de óleo. A versão tradicional custa 7,70 reais. 2. Frita no óleo de coco, a da Beauty'In (8,50 reais) leva colágeno hidrolisado. 3. Com três sabores, a da Flow tem ação antioxidante. Cada uma custa 7 reais.

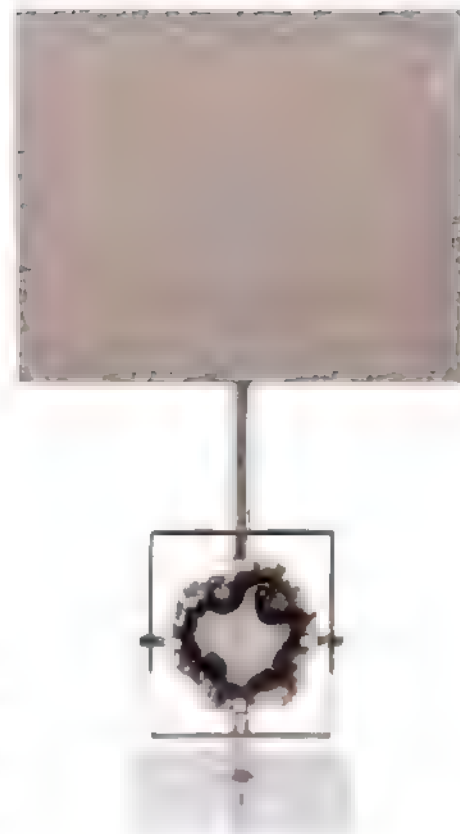
DOCE SEMANA

Entre os dias 21 e 30, acontece a segunda edição do Callebaut Chocolate Week, em São Paulo e no Rio de Janeiro. Cada uma das 30 casas participantes criará uma sobremesa de até 20 reais com o chocolate belga e ingredientes brasileiros.



PEDRA BRASILEIRA

Os móveis e objetos decorados com gemas brasileiras são marca registrada do trabalho da designer gaúcha Graziela Dias. Com 53 centímetros de altura, o abajur (foto) ganha charme com a ágata. À venda por 2,6 mil reais na loja, em Porto Alegre. Encomendas pelo telefone (51) 3061 0911.



TRAÇO ÚNICO

Criação do designer gaúcho Fernando Jaeger, a bandeja Olívio pode ser usada para servir ou como peça de decoração. Com 60 centímetros de comprimento, é feita de jacarandá e carvalho e tem alças de latão. Nos ateliês da marca em São Paulo e no Rio de Janeiro, sai por 510 reais.



SABOR FUNCIONAL

Espedalizada em temperos e especiarias, a BR Spices apresenta uma linha feita com os chamados superalimentos (ricos em nutrientes), como a pimenta-calena e a cúrcuma (foto). À venda em potes de 100 gramas (21,90 reais) e em embalagens menores, de 85 gramas (16,90 reais).



PICOLÉ NO INVERNO?

E por que não? A Kibon traz versões mini dos tradicionais sorvetes Magnum de chocolate branco e ao leite. A caixa com cinco unidades custa 29,90 reais. Deu frio?

Maionese feita em casa

Não leva conservantes e fica mais saborosa que a pronta. O principal cuidado é adicionar o óleo devagar. Além da tradicional, aprenda três variações – todas rendem 250 gramas

CONSULTORIA ANA LUIZA TRAJANO TEXTO BEATRIZ KOCH FOTOS BRUNO GERALDI
PRODUÇÃO JANAINA RESENDE (ESTÚDIO FUÊ)

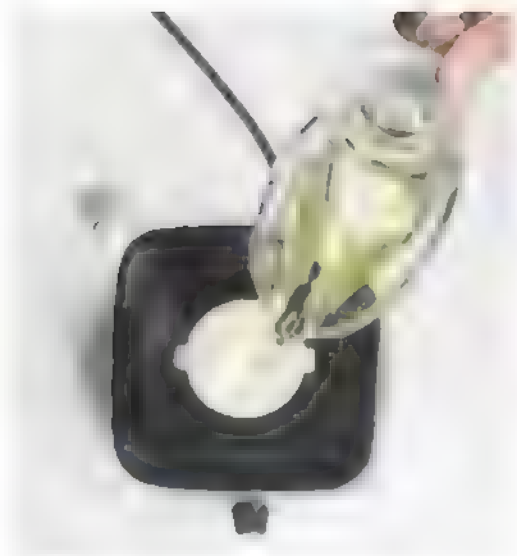
INGREDIENTES

- 2 OVOS
- 2 XÍCARAS DE ÓLEO
- SAL E PIMENTA-DO-REINO MOÍDA
- 1 DENTE DE ALHO PICADO
- 1/3 DE XÍCARA DE SALSINHA E CEBOLINHA PICADOS
- 1/3 DE XÍCARA DE CENOURA PICADA
- 1/3 DE XÍCARA DE COUVE-FLOR PICADA
- SUCO DE 1 LIMÃO





TRADICIONAL Coloque os ovos no liquidificador.



Adicione o óleo em fio, lentamente, batendo até ficar cremoso – no ponto ideal, começam a se formar bolhas.



Tempere com sal e pimenta. Sirva.



DE ALHO Basta adicionar o alho à maionese tradicional e bater no liquidificador até incorporar.



DE ERVAS Adicione a cebolinha e a salsinha e bata no liquidificador. Como a de alho, combina com churrasco e sanduíches.

DICAS DA CHEF

- Os ovos devem estar em temperatura ambiente para o óleo emulsionar e a maionese não ficar líquida.
- Guarde-a na geladeira em um pote fechado e consuma em até três dias.
- Para acentuar o sabor, pingue uma gota de limão na maionese logo antes de servir.
- Adicionar alho e ervas na mesma maionese também fica delicioso.



MOLHO TÁRTARO Branqueie a cenoura e a couve-flor deixando na água fervente por um minuto. Resfrie em um bowl com gelo.



Escorra a couve-flor e a cenoura e misture à maionese de ervas. Acrescente o pepino.



Tempere com sal, pimenta e o suco de limão. Sirva. Casa bem com peixes em geral e frutos do mar.

Original do Pará

Também conhecida como castanha-do-brasil, a oleaginosa, típica do país, é rica em nutrientes e vai bem tanto no prato principal quanto na sobremesa

TEXTO BEATRIZ KOCH FOTOS BRUNO GERALDI PRODUÇÃO FLORISE OLIVEIRA

**BOLINHO CREMOSO
COM CASTANHA-DO-PARÁ
E CALDA DE CAJÁ**
PRONTO EM 40 MINUTOS
+ TEMPO DE GELADEIRA
RENDE 10 UNIDADES

- 10 ovos (gemas separadas das claras)
- 3/4 de xícara de açúcar
- 250 gramas de chocolate ao leite
- 250 gramas de manteiga sem sal
- 1/2 xícara de farinha de trigo
- 3/4 de xícara de castanha-do-pará triturada
- Para a calda de cajá**
- 1 colher (sopa) de amido de milho
- 250 gramas de polpa de cajá
- 1/2 xícara de açúcar

Bata todas as gemas na batedeira até ficarem esbranquiçadas. Junte o açúcar e a clara de apenas cinco ovos (descarte as outras cinco). Misture delicadamente com uma espátula e reserve. Em uma panela, leve o chocolate e a manteiga ao fogo médio, em banho-maria, até derreter e incorporar. Retire do fogo, acrescente a farinha e misture bem. Junte a castanha ao chocolate e incorpore à mistura de ovos. Transfira para dez forminhas de bombocado (ou petit gâteau), untadas com manteiga e polvilhadas com farinha. Leve à geladeira por quatro horas. Asse

em forno preaquecido a 200°C por 12 minutos – no ponto ideal, a borda do bolinho descolará da forminha. Desenforme no prato de servir. Prepare a calda de cajá Em uma tigela, dissolva o amido de milho em 1/4 de xícara

de água. Transfira para uma panela, junte a polpa de cajá e o açúcar. Aqueça em fogo médio, mexendo sempre, até engrossar. Sirva com os bolinhos ainda quentes. Combina com sorvete de creme, chocolate ou jabuticaba.



**PRONTO EM 1 HORA
RENDE 4 PORÇÕES**

-

por 30 minutos ou até ficarem macias. Escorra, espere amornar e descasque. Bata no liquidificador. Aos poucos, acrescente o caldo de legumes batendo até a mistura ficar homogênea. Junte o suco de limão. Tempere com sal e pimenta.

Para o vinagrete de laranja-lima
Em uma panela, em fogo baixo, aqueça o suco de laranja-lima. Adicione a farinha de tapioca e mexa sem parar por 20 minutos. Desligue o fogo e espere amornar. Bata no liquidificador com o azeite, sal e pimenta. Sirva com o peixe e o purê.



ANA LUIZA TRAJANO
é chef e pesquisadora de
culinária nacional do Instituto
Brasil e Gosto, em São Paulo

Pudins (quase) clássicos

O doce de origem portuguesa que caiu no gosto dos brasileiros ganha três sabores pelas mãos da nossa consultora culinária. Pode se lambuzar à vontade!

TEXTO BEATRIZ KOCH FOTOS BRUNO GERALDI PRODUÇÃO FLORISE OLIVEIRA

1 PUDIM DE QUEIJO COM CARAMELO

PRONTO EM 1 HORA E 20 MINUTOS + TEMPO DE GELADEIRA
RENDE 6 PORÇÕES

- 6 ovos
- 1 xícara de açúcar
- 2 xícaras de leite
- 1 ½ xícara de queijo do reino (de casca vermelha) ralado
- Manteiga para untar e açúcar para polvilhar
- Para a calda de caramelo
- 2 xícaras de açúcar

Em uma tigela, bata os ovos e o açúcar com um fouet até obter um creme. Junte o leite e o queijo e bata levemente só até misturar os ingredientes. Transfira para uma fôrma de 20 centímetros de diâmetro com furo no meio, untada com manteiga e polvilhada com açúcar. Leve ao forno preaquecido a 200°C e asse, em banho-maria, por 50 minutos ou até que, ao enfiar um palito, ele saia limpo. Espere amornar e leve à geladeira até a hora de servir.

Prepare a calda de caramelo Em uma panela, leve ao fogo médio o açúcar com 1 xícara de água mexendo até derreter. Pare de mexer e deixe cozinhar até a calda começar a dourar. Espere amornar. Desenforme o pudim e sirva com a calda.

2 PUDIM DE PÃO COM DAMASCO E NOZES

PRONTO EM 40 MINUTOS + TEMPO DE GELADEIRA
RENDE 8 PORÇÕES

- 1 pacote (350 gramas) de pão

de fôrma, sem casca, esmigalhado

- 3 xícaras de leite
- 4 ovos
- 1 xícara de açúcar
- 1/2 xícara de manteiga
- Casca ralada de 1 limão
- 1/2 xícara de damasco picado
- 1/3 de xícara de nozes picadas
- Óleo para untar

No liquidificador, bata o pão com o leite, os ovos e o açúcar até formar uma mistura homogênea. Transfira para uma panela e adicione a manteiga. Leve ao fogo médio, mexendo sempre, até engrossar e começar a soltar do fundo da panela. Junte os demais ingredientes e misture bem. Despeje em uma fôrma para bolo inglês, forrada com papel-manteiga e untada com óleo. Leve à geladeira por ao menos duas horas – se puder, deixe gelar de um dia para o outro. Combina com a mesma calda de caramelo do pudim de queijo (veja receita à esquerda).

3 PUDIM DE COCO COM FRUTAS VERMELHAS

PRONTO EM 1 HORA E 30 MINUTOS + TEMPO DE GELADEIRA
RENDE 6 UNIDADES

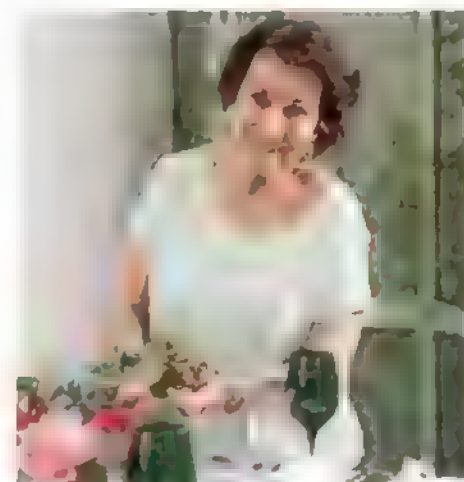
- 1 lata (395 gramas) de leite condensado
- 1 xícara de leite
- 1 garrafinha (200 mililitros) de leite de coco

- 7 ovos
- Manteiga para untar
- Para a calda de frutas vermelhas
- 3 xícaras de frutas vermelhas frescas (framboesa, amora e mirtilo)
- 1 ½ xícara de açúcar

Bata todos os ingredientes no liquidificador. Transfira para seis forminhas untadas com manteiga. Disponha sobre uma assadeira com água e asse, em banho-maria, em forno preaquecido a 200°C, por uma hora ou até que os pudins fiquem firmes.

Espere amornar e leve à geladeira.

Prepare a calda de frutas vermelhas Em uma panela, leve ao fogo médio todos os ingredientes mais 1 xícara de água, mexendo de vez em quando até engrossar ligeiramente. Sirva sobre os pudins já desenformados.



BETTINA ORRICO
é consultora culinária de
CLAUDIA desde 1974



1

2

3

Para obter uma
textura lisinha,
misture os
ingredientes com um
fouet e, depois, asse
lentamente em baixa
temperatura. Já se
você gosta mais da
massa aerada, bata-a
no liquidificador e
asse em forno alto

Receber

FESTIVAL *de massas*

O chef Rodolfo de Santis, do *Nem Cuco é Viro*, em São Paulo, atrai pequenas multidões com suas receitas italianas clássicas. Aqui, ele ensina a organizar uma degustação de 14 Anni Novas

TEXTO BEATRIZ KOCH COLABOROU LETICIA PAIVA FOTOGRAFIA DE SEBASTIÃO PACHECO E PRADO

Espaguete
à carbonara
Receita na
página 162

TRUQUE DE CHEF

O mais difícil no preparo da carbonara é adicionar o queijo sem que ele fique cru. Para isso, é importante que a massa esteja bem quente e que o queijo seja ralado bem fino. Assim, ele derrete mais rápido e não fica com aquela textura de pedrinhas.

BEM-VINDOS

Uma das sugestões de entrada, o arancini pode ter sabores variados – basta trocar o tipo de risoto. Uma das sugestões do chef é o de funghi. Já a bruschetta ganha um toque especial com a burrata.

Arancini
Receita na
página 162

Bruschetta de
tomate com
burrata
Receita em
claudia.com.br

Receber



**Linguine
ao pesto
Receita na
página 163**

Uma das primeiras referências de sabor do chef Rodolfo de Santis é a *orechietti* (massa em formato de orelhinha) preparada pela avó paterna quando ele ainda vivia em Puglia, no sul da Itália. Nessa época, o azeite consumido pela família vinha do sítio do avô, onde também eram produzidos tomate, figo e morango. “Eu o ajudava a colher frutas e legumes, e assim comecei a me interessar pelos alimentos”, conta De Santis. Aos 14 ele ingressou na carreira como ajudante de um restaurante em frente à sua casa. Depois, trabalhou em Paris e Genebra e voltou para a Itália para lapidar seu talento em casas como o La Pergola, de Roma – premiado com três estrelas pelo *Guia Michelin*. O Brasil surgiu como uma consultoria que deveria durar cinco meses, em 2007. Hoje é o berço de seu primeiro restaurante, o disputado Nino Cucina & Vino. “Quero apresentar a comida tradicional da Itália, com referência caseira, sem que a técnica ofusque o sabor.”



**Caclo e
pepe**
Recelta na
página 162



**Canelone
à bolonhesa**
Receita na
página 162



**Cavatelli
arrabbiata**
Receita em
dauda.com.br



**Rigatone
de linguiça
e funghi**
Receita na
página 163

**CÁLCULO
CERTO**
"Em uma
degustação,
misture uma
massa longa (como
linguine), uma curta
(*rigatone*), uma
recheada e uma
gratinada", sugere
o chef. Calcule
pelo menos 30
gramas de cada
tipo por pessoa.





DOCE EXTRA

A torta della nonna, bolo cremoso de chocolate e avelãs, se tornou uma das sobremesas mais pedidas do restaurante. Servi-la na forminha de cerâmica em que foi assada dá mais charme à apresentação.

Torta della nonna
Receita na
página 163

Receber



ARANCINI (BOLINHO DE RISOTO) PRONTO EM 1 HORA E 30 MINUTOS RENDE 20 UNIDADES

- 1/4 de cebola picada
- 1/2 colher (sopa) de manteiga
- 2 xícaras de arroz arbóreo
- 3 xícaras de vinho branco
- 1/2 xícara de molho de tomate
- 1 xícara de parmesão ralado
- Manjerição picado a gosto
- Sal e pimenta-do-reino moída a gosto
- 200 gramas de mussarela (ou taleggio ou queijo de cabra) em cubos
- Farinha de rosca para empanar
- Óleo para fritar

Em uma panela, refogue a cebola na manteiga em fogo médio até ficar transparente. Acrescente o arroz e refogue por mais um minuto. Adicione o vinho e deixe cozinhar até o álcool evaporar (cerca de dois minutos). Junte o molho de tomate, o parmesão e o manjerição. Tempere com sal e pimenta. Misture e deixe esfriar – formará uma massa ligeiramente espessa. Divida-a em 20 porções, coloque um cubinho de mussarela no centro de cada uma e molde os bolinhos com as mãos. Empane na farinha de rosca. Em uma panela com óleo fervente, frite-os em imersão, em fogo médio, até dourarem. Retire com uma escumadeira e deixe escorrer sobre papel absorvente. Sirva logo.



CACIO E PEPE PRONTO EM 30 MINUTOS RENDE 2 PORÇÕES

- 200 gramas de espaguete
- Sal a gosto
- 1 colher (sopa) de pimenta-do-reino moída
- 2/3 de xícara de queijo pecorino ralado

Cozinhe o espaguete seguindo as instruções da embalagem. Escorra e transfira 1 concha da água do cozimento para uma frigideira funda, em fogo médio. Junte a massa, sal e a pimenta. Finalize com o pecorino. Retire do fogo, misture e sirva.



CARBONARA PRONTO EM 40 MINUTOS RENDE 2 PORÇÕES

- 250 gramas de espaguete
- 1 xícara de guanciale (tipo de bacon não defumado) picado
- 8 gemas
- 1/3 de xícara de parmesão ralado
- Sal e pimenta-do-reino moída a gosto

Cozinhe a massa seguindo as instruções da embalagem. Escorra e reserve 1 concha da água do cozimento. Em uma panela,

frite o guanciale em fogo médio até ficar crocante. Retire do fogo e junte a massa e a água do cozimento. Adicione as gemas e mexa rapidamente. Finalize com parmesão, sal, pimenta e o guanciale frito. Sirva.



CANELONE À BOLONHESA PRONTO EM 2 HORAS RENDE 2 PORÇÕES

Para a massa

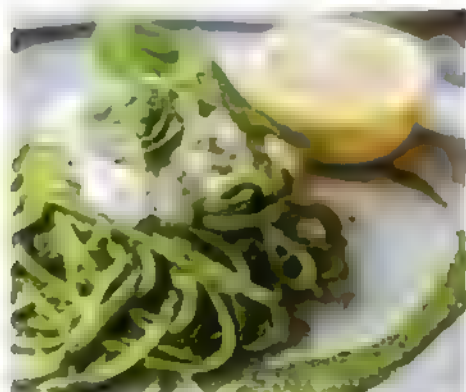
- 5 gemas
- 1 xícara de farinha de trigo
- 1/2 xícara de semolina

Para o recheio

- 200 gramas de carne moída
- 1 colher (sopa) de azeite
- 1/2 cenoura picada
- 1 lata (340 gramas) de extrato de tomate
- 1 xícara de leite
- 1 xícara de creme de leite
- Sal e pimenta-do-reino moída a gosto
- Parmesão ralado para finalizar

Prepare a massa Em uma tigela, misture todos os ingredientes mais 2 colheres (sopa) de água. Sove até formar uma massa homogênea e lisa. Abra com um rolo até ficar fininha e corte em quadrados de aproximadamente 10 centímetros de lado. Cozinhe em uma panela com água fervente, em fogo médio, por três minutos. Escorra. **Prepare o recheio** Em uma panela, em fogo médio, doure ligeiramente a carne no azeite. Acrescente a cenoura, o extrato de tomate, o leite e o creme de leite. Deixe cozinhar até reduzir e ficar cremoso. Tempere com sal e pimenta. Disponha a massa sobre uma superfície levemente enfarinhada e distribua o recheio no centro de cada quadrado. Enrole formando os

canelones e disponha em uma assadeira. Polvilhe com parmesão e leve ao forno preaquecido a 220°C até gratinar (cerca de três minutos). Sirva.



LINGUINE AO PESTO PRONTO EM 1 HORA RENDE 2 PORÇÕES

- 1 maço de manjeriço (use só as folhas)
- 2 xícaras de azeite de oliva
- 12 castanhas-do-pará
- 1 xícara de parmesão ralado
- 200 gramas de linguine
- Raspas de 1 limão-siciliano

Em uma panela com água fervente, cozinhe o manjeriço por um minuto. Escorra e transfira para o liquidificador com o azeite, as castanhas e o parmesão. Bata até formar uma mistura homogênea. Cozinhe a massa seguindo as instruções da embalagem. Sirva com o pesto por cima, finalizando com as raspas de limão.



RIGATONE DE LINGUIÇA E FUNGHI PRONTO EM 50 MINUTOS RENDE 2 PORÇÕES

- 400 gramas de linguica toscana artesanal

- 2 dentes de alho picados
- 1 colher (sopa) de azeite
- 2 latas (400 gramas) de tomate pelado
- 2 xícaras de cogumelo portobello em cubos
- 1 xícara de parmesão em cubos
- 2 colheres (sopa) de manteiga
- Sal a gosto
- 320 gramas de rigatone

Desmanche a linguiça com a ponta dos dedos. Em uma panela, em fogo médio, refogue-a com o alho no azeite até dourar. Junte o tomate pelado e deixe cozinhar, em fogo baixo, por meia hora ou até que o molho reduza bastante. Acrescente os demais ingredientes, exceto a massa, e cozinhe por mais dois minutos. Reserve. Cozinhe o rigatone seguindo as instruções da embalagem. Sirva com o molho por cima.



CUCCIOLONE (SANDUÍCHE DE BISCOITO) PRONTO EM 2 HORAS + TEMPO DE GELADEIRA RENDE 10 PORÇÕES

- 1/2 xícara de açúcar
- 1 clara
- 1 tablete (200 gramas) de manteiga sem sal
- 2/3 de xícara de farinha de amêndoa
- 1 xícara de farinha de trigo
- 1 pitada de sal
- 10 bolas de sorvete de baunilha

Em uma tigela, junte o açúcar, a clara e a manteiga até formar uma mistura homogênea. Acrescente a farinha de amêndoa, a de trigo e o sal. Misture até

incorporar e ficar uniforme. Com a ajuda de um rolo, abra a massa entre dois sacos plásticos para alimento (ou dois pedaços de papel-filme) para que não grude. Transfira para uma assadeira (sem retirar o plástico) e leve à geladeira por 20 minutos. Retire o plástico e corte a massa com um aro de cerca de 8 centímetros de diâmetro. Disponha os círculos em uma assadeira untada com manteiga. Asse, em forno preaquecido a 180°C, por 15 minutos. Use o aro para enformar o sorvete. Coloque entre dois biscoitos, formando um sanduíche. Sirva logo.



TORTA DELLA NONNA (CHOCOLATE, GIANDUIA E AVELÃ) PRONTO EM 2 HORAS RENDE 6 PORÇÕES

- 1 1/2 xícara de manteiga
- 1/2 xícara de chocolate meio amargo picado
- 2 xícaras de chocolate giandua picado
- 5 ovos
- 1 1/2 xícara de açúcar
- 2 xícaras de farinha de amêndoa
- 1/2 colher (chá) de fermento em pó
- 1 xícara de avelã

Em uma panela, em fogo médio, derreta a manteiga com o chocolate meio amargo e o giandua. Reserve. Bata os ovos com o açúcar na batedeira até dobrarem de volume. Junte a mistura de chocolate e bata por mais dois minutos. Adicione a farinha de amêndoa e o fermento e bata por dois minutos. Distribua a massa entre seis refratários de 10 centímetros de diâmetro. Coloque a avelã por cima e leve ao forno preaquecido a 180°C por 20 minutos. Sirva.

Queijos e... cervejas

Essa combinação dá supercerto, pode apostar! E, no caso das cervejas especiais, é possível fazer inúmeras harmonizações. Veja a seguir algumas sugestões certeiras

FOTOGRAFIA ALEX SILVA | PRODUÇÃO FLORISE OLIVEIRA

STOUT

O nome "stout" abarca uma série de estilos de cerveja escura, das leves e secas às intensas e fortemente alcoólicas.

Combina com: As versões mais potentes (tente uma imperial stout) têm sabores tostados que casam perfeitamente com queijos duros e salgados, como o parmesão. Gorgonzola é outra boa pedida.

PILSEN

O estilo de cerveja favorito dos brasileiros é presença garantida em festinhas em casa. Seu sabor suave pede queijos igualmente delicados.

Combina com: Uma mussarela de búfala fresquinha. Queijo fresco, ricota e boursin também. Mas a pilsen é versátil – pode ainda atuar como contraponto a queijos fortes e picantes, como um gouda envelhecido.

INDIA PALE ALE

Amarguinha e muito aromática, a IPA virou queridinha do pessoal que curte cervejas especiais. Seu sabor marcante ofusca o gosto de queijos suaves, então escolha um par à altura.

Combina com: Queijos azuis – gorgonzola e roquefort, por exemplo.



BEERPRO

O MELHOR CLUBE DE ASSINATURAS DE CERVEJAS DO BRASIL E DO MUNDO.

Assine Beerpro e receba todos os meses 5 cervejas especiais selecionadas por especialistas. Além disso, você recebe 1 edição da revista Abril e 1 conteúdo exclusivo. Escolha o seu plano e assine já!

ESCOLHA O SEU PLANO E ASSINE JÁ!

PLANOS A PARTIR DE
R\$ 57,90
POR MÊS



BÉBIA COM MODERAÇÃO

IMAGEM MÚLTIPLE ILUSTRAÇÃO

COMO FUNCIONA:

1 Escolha o seu plano e assine online.

2 Receba as 5 cervejas selecionadas por especialistas.

3 Escolha o seu plano de entrega e o pagamento será automático.

4 Receba com uma edição da revista BEER e 1 conteúdo exclusivo.

www.assinegobox.com.br



beerprogobox

TALHERES À MÃO

Surpreenda seus convidados com jeitos diferentes de dispor garfos, facas e colheres na mesa. Vale soltar a criatividade para dar charme à arrumação: em potes, bandejas, amarrados ao guardanapo ou sobre objetos inusitados

TEXTO BEATRIZ KOCH



VIDRO MULTIÚSO

Potes de conserva (ou latas) sem rótulo acomodam talheres em um serviço à americana. Disponha-os em um porta-garrafas de quatro lugares acompanhado por um arranjo de flores ou folhagens. Outra opção é deixar os recipientes soltos pela mesa.



ENVELOPE DE PANO

O próprio guardanapo envolve os talheres, formando um arranjo único e descontraído. Para reproduzir em casa, coloque o garfo e a faca no centro do tecido, dê um nó e esconda as pontas.



SOBRE ROCHA

Aposte em pedras brutas ou com pouca lapidação para modernizar a mesa – aqui, elas foram usadas como descanso de talher. Combine a cor prevalecente com o tom da produção para deixar o conjunto harmonioso.



PRONTA PARA A CARNE

Vai receber os amigos para um churrasco? Nada de desleixar a decoração! Cole retângulos de tecidos (de estampas variadas) em minitábuas de madeira e disponha garfo e faca dentro de cada bolsinho. Reúna tudo em um caixote de madeira.



Um cordão de couro (encontrado em armarinhos) amarra o garfo à faca. Pode ser substituído por sisal, barbante, fita de veludo ou de cetim

NOVO

É HORA DE você MUDAR seu SNACK

ÓTIMO
PRÉ-TREINO



SIMPLES



até 3
INGREDIENTES



*COMO TODO CHIPS DE COCO


ASSADO


SEM
GLÚTEN*


VEGANO

COM ÓLEO
DE COCO
NATURAL

BOA FORMA

flormel

www.flormel.com.br

Follow @flormeloficial

Horóscopo

SUSAN MILLER
astrologyzone.com



Câncer

21/6 a 21/7

Uma relação próxima, mas conturbada, será passada a limpo perto da Lua cheia, no dia 8. Você não vai conseguir conter as palavras que estão engasgadas há algum tempo. Entretanto, essa é a chance de parar de se submeter à pressão causada por essa pessoa e se posicionar. Na verdade, durante todo o mês você sentirá que precisa se colocar e defender seu ponto de vista. Evite apenas ser muito impulsiva, pois as coisas podem sair de controle. Experimente traçar uma estratégia e segui-la para conquistar seus objetivos. No final do mês, um triângulo dourado se forma no céu e garante benefícios financeiros aos seus esforços profissionais. Depois do dia 23, quando acontece a Lua nova em Leão, cuide mais de você: mude o visual, compre roupas novas e programe uma viagem.

LEÃO

22/7 a 22/8

Nos bastidores, sua vida está borbulhando: muitas novidades devem surgir a partir da terceira semana do mês. Até lá, você estará em clima meditativo, reflexivo. No dia 20, Marte entra em seu signo e dá início a esse capítulo agitado, que não dará trégua nem para entender o que estará acontecendo. Se planeja lançar algo ou começar uma empreitada, aguarde esse período. O planeta garantirá a energia e o carisma necessários para convencer os outros a entrar no seu barco. Vênus está em Gêmeos, sua casa das amizades, promovendo encontros com pessoas queridas que a ajudarão a sentir-se relaxada. Até a Lua cheia, no dia 8, um prazo apertado a forçará a trabalhar totalmente focada — o empenho trará retorno financeiro. Utilize sua capacidade de comunicação para fazer contatos profissionais. A Lua nova em seu signo, no dia 23, permite que seus planos mais preciosos se tornem realidade — aproveite e tire antigos roteiros dos sonhos da gaveta e prepare-se para viajar.

VIRGEM

23/8 a 22/9

As três primeiras semanas do mês serão um passeio para você, cara virginiana. Marte estará em Câncer, sua casa da diversão, até o dia 20, o que irá intensificar sua vida social. Além disso, o Sol estará na mesma posição, promovendo a reaproximação com contatos antigos e queridos. Entenda que essa é uma mensagem do Universo pedindo para você pegar mais leve e deixar um pouco de lado esse preciosismo com o trabalho. Se for possível, aproveite para agendar férias e conhecer o destino dos seus sonhos. O amor vai envolvê-la na maravilhosa Lua cheia do dia 8. Você só conseguirá pensar no seu par e na paixão entre vocês. Amor verdadeiro energiza e rejuvenesce, e parece que esse é o caso, o que tornará o período bastante prazeroso. Talvez vocês entrem em conversas sobre assumir compromissos mais sérios. A carreira anda a seu favor com Vênus em Gêmeos: sua popularidade estará em alta entre os poderosos da sua área. É o momento certo para apresentar ideias de bons projetos.

LIBRA

23/9 a 22/10

Você estava tão focada em temas relacionados à casa e à família que vai ser um alívio mudar de ares. Até o dia 8, na Lua cheia, você terá deixado tudo isso para trás. Sua carreira ganhará ritmo acelerado, influenciada por Marte. Se você persegue uma vaga de emprego dos sonhos, esta é a hora de mostrar seu talento à empresa. Vá se apresentar e peça uma entrevista. Evite apenas marcar o encontro para o dia 17, quando Urano atrapalha os bons fluidos e provoca choques com figuras de autoridade. No dia 20, Marte deixa sua casa da carreira e vai para o setor das amizades, trazendo um delicioso período de reuniões com os amigos e momentos divertidos. A Lua nova do dia 23 intensifica essa tendência. É provável que, desde o começo do mês, você sinta muita vontade de viajar, mas o trabalho vai exigir dedicação. A solução, então, é dar uma escapada para locais próximos nos fins de semana. O último do mês é ideal para roteiros a dois.

ESCORPIÃO

23/10 a 21/11

Você está próxima de uma grande mudança na carreira – não se preocupe, tudo que virá vai lhe agradar. Sua vida ficará mais agitada a partir do dia 20, quando Marte entra em Leão, sua casa da fama e das honras. A Lua nova no dia 23 vai contribuir para isso, aumentando sua visibilidade como especialista na área. Já revise seu currículo, pois as oportunidades aparecerão e será um desperdício perdê-las. No dia 30, um projeto confiado a você renderá uma boa quantia em dinheiro. Mas, até tudo isso começar, dá tempo de tirar duas semanas para descansar. Procure viajar – destinos próximos às montanhas, com bastante verde e um rio ou lago por perto, devem trazer a tranquilidade necessária. Apenas evite pegar a estrada no dia 17, quando Urano traz surpresas desafiadoras. O dia 18 é ideal para falar sobre dinheiro. O papo deve ser confidencial, mas você pode questionar benefícios e bônus. O romance tem destaque no início do mês: aproveite a sintonia entre vocês.

SAGITÁRIO

22/11 a 21/12

Temas relativos a dinheiro e finanças ocupam seus pensamentos, e a tendência é que isso continue até o dia 20, quando Marte sai de Câncer. No dia 8, em plena Lua cheia, você terá que tomar decisões nessa área. Talvez não dê para realizar de pronto alguns projetos que exigem investimento alto. Esse período pode ser um pouco desgastante, mas depois você deve se concentrar em coisas mais leves, como viagens, projetos ligados à criatividade e até uma volta aos estudos com um curso interessante. Só evite tomar qualquer decisão no dia 17, quando Urano deixa um rastro de confusão e atrapalha suas estratégias. Os dias 14 e 19 são perfeitos para mudanças na carreira – e elas serão superpositivas, trazendo sucesso, estabilidade e boas perspectivas a longo prazo. Do dia 4 até 31, com Vênus em Gêmeos, sua vida amorosa será doce e repleta de gentilezas. Claro que discussões podem surgir, mas elas levarão à descoberta de uma conexão fortíssima com o par.

CAPRICÓRNIO

22/12 a 20/1

Questões urgentes e tensas serão resolvidas neste mês. Seu foco parece estar em uma relação, que pode ser romântica ou profissional. Até o dia 8, quando acontece a Lua cheia, você entrará em contato com seus sentimentos mais verdadeiros e terá clareza do que a está magoando e do que a faz feliz. Essa será uma data de reflexão, mas também de encontrar soluções. Tome cuidado com o que diz, pois, com Marte em oposição a Plutão, é possível que suas palavras sejam mais ríspidas do que o desejado e magoem quem ouve. Experimente colocar leveza nas suas expressões e tenha certeza de que será compreendida da mesma maneira. Mantenha-se focada na carreira, pois pode ser que alguém queira tirar uma parte do que é seu. Não há por que se estressar, mas fique de olho para mostrar força no que você faz. A partir do dia 20, quando Marte entra em Leão, sua casa do dinheiro dos outros, as finanças vão demandar atenção especial: você se sentirá poderosa com a renda conquistada.

Horóscopo

AQUÁRIO

21/1 a 19/2

Um projeto de trabalho parece estar tomando a maior parte do seu tempo, mas isso a faz feliz. Essa tendência é uma influência de Marte em Câncer, onde o planeta fica até o dia 20. Além de mexer com o setor profissional, essa conjunção afeta a saúde, exigindo sua atenção para marcar consultas e fazer exames de rotina. No dia 8, a Lua cheia pede que você cuide do seu bem-estar emocional e psíquico. Planeje um fim de semana de retiro para se concentrar em você. No dia 14, as boas notícias na área das finanças vão deixá-la com um sorriso no rosto. É provável que alguém pague uma dívida ou que você consiga negociar benefícios no emprego. Vale, inclusive, falar com seu chefe a respeito de uma promoção ou ouvir a oferta de outra empresa. Quando Marte entrar em Leão, após o dia 20, você só vai querer saber do parceiro – ele pode estar se sentindo negligenciado por causa dos seus compromissos profissionais. Aproveite para curtir o romance.

PEIXES

20/2 a 20/3

Você está pronta para o amor, querida pisciana. A sensação de proximidade, assim como a paixão, será cada dia maior. Isso porque Marte está em Câncer, setor que beneficia a busca pelo par perfeito. Além disso, prepare-se para brilhar em ocasiões públicas – pode ser uma reunião, uma apresentação de negócios ou até uma saída com as amigas. Com todos os olhos em você, não há como não se divertir e sentir-se especial. Aproveite essa tendência para passear por aí. No dia 14, Mercúrio e Júpiter conversam, gerando ótimos resultados financeiros. Se você está ansiosa para vender ou comprar uma propriedade, esta é a hora. Fique atenta às ofertas. Apenas evite negociar no dia 17, quando Urano atrapalha desfechos positivos. Marte deixa seu setor do romance no dia 20. Sua carreira, então, se torna o eixo principal da vida. Um projeto desafiador vai lhe dar o destaque necessário – mas lembre-se de manter a organização para dar conta. No dia 23, a Lua nova traz reconhecimento.

ÁRIES

21/3 a 20/4

Se você tem sonhado em fazer mudanças em seu lar, aproveite até o dia 20. Com seu planeta regente, Marte, em Câncer, os caminhos estarão abertos e você terá motivação de sobra para colocar os planos em prática. Quanto aos assuntos do coração, a sorte estará ao seu lado – será um mês muito favorável para os românticos. A poderosa Lua nova no dia 23 ganha intensidade com o alinhamento de Marte e aumenta as possibilidades de conhecer uma pessoa realmente especial. Com isso, sua vida social deve ganhar um ritmo mais agitado. Saia de casa e vá se divertir! Caso já tenha encontrado seu par, considere uma viagem romântica no fim de semana dos dias 15 e 16, quando a diversão e a sintonia estarão garantidas. Na área profissional, prepare-se para ouvir boas notícias perto da Lua cheia, no dia 8. A influência de Plutão nesse período colocará você nos holofotes, atraindo a atenção de um líder importante que ficará muito interessado em suas habilidades e potencial.

TOURO

21/4 a 20/5

O mês é perfeito para quem tem espírito aventureiro. Procure uma casa ou um hotel, mesmo sem muito planejamento, e fuja da rotina – Marte estará do seu lado para o impulso necessário. Se não der para ir longe, experimente se dar um mimo. Que tal fazer compras, marcar uma massagem no spa ou mudar o corte de cabelo? Essa tendência será forte até a Lua cheia, no dia 8. A ideia é que você explore todas as suas possibilidades agora e se prepare, pois grandes mudanças devem acontecer em agosto, principalmente na carreira. No dia 20, Marte entra em Leão e traz a atenção para seu setor de casa: é hora de tomar aquela sonhada reforma, uma realidade ou procurar um endereço mais prático para você. Se sua preocupação é financeira, acalme-se, pois Vênus e Júpiter em sintonia aumentam a entrada de dinheiro na sua conta. Reserve uma data próxima para negociar salário ou fechar parcerias. No dia 30, você receberá outra novidade relativa às finanças – provavelmente, algo ligado a negócios.

GÊMEOS

21/5 a 20/6

A ênfase nas finanças tem sido expressiva, pois Marte está nessa área do seu mapa há um mês. Os gastos aumentaram, assim como sua criatividade para buscar novas fontes de renda. No dia 8, em plena Lua cheia, é provável que precise negociar uma promoção ou benefícios semelhantes aos oferecidos por outra empresa. Não subestime sua habilidade na mesa ao barganhar. Lembre-se de que seu lado comunicativo é poderoso. Perto da Lua nova, no dia 23, sua criatividade será muito valorizada: explore isso nos projetos com os quais estiver envolvida. O clima deve ficar mais leve e divertido após o dia 20, quando Marte entra em Leão. As viagens – mesmo que curtas e a trabalho – se tornarão mais frequentes. Se der, emende um fim de semana e leve alguém especial junto nessa escapada. Os dias 15 e 16 são os melhores. No dia 18, Vênus em Gêmeos conversa com Júpiter em Libra, criando um momento único. Encontros com o amado serão repletos de romance e vão gerar falscas de paixão.

40 ANOS **CASA CLAUDIA**

 **Abril**

125
m² de área útil

3
quartos

1
suíte

2
vagas

16
vasinhos de
suculentas

CASA CLAUDIA.

Há 40 anos
transformando a vida
que você leva na
casa que você tem.





TRUSTED ALL OVER THE WORLD

CONQUISTE O MUNDO



Sem complicações



NOEMI JAFFE
é escritora,
professora e crítica
literária. Autora
de livros como A
Verdadeira História
do Alfabeto e Irisz:
As Orquídeas

Como era o truque do clipe? Ah, enganchar um clipe no puxador do zíper, amarrar uma linha, colocar o vestido, puxar a linha e daí o zíper subia. Com a linha fina não ia dar certo. Se puxar, ela arrebenta. E uma mais grossa não cabe no furo do clipe. E o vestido tinha que ser esse. Outra linha, média, que coubesse no furo do clipe e não arrebentasse, ela não tinha. E agora, com 1 ou 2 quilos a mais, o zíper ficava mesmo lá embaixo, não subia quase nada e não dava para puxar só um pouco, ao menos de modo que desse para puxar o resto com a mão. E o pior é que não havia ninguém para pedir ajuda. Droga. Ninguém para dar assistência. Não dava para chamar o zelador para isso. Definitivamente, não. Seria constrangedor, uma intimidade não aconselhável. Um vizinho? Não, não tinha criado amizade suficiente com nenhum deles a ponto de pedir um favor como esse. E depois, como? Ia tocar a campainha com um vestido semiaberto, os pneus saltando, ser alvo de comentários posteriores: “olha como ela engordou”, “coitada, tão sozinha”, “não tem quem ajude a fechar um zíper”, “será que ela não se toca que esse vestido não serve mais?”. Ela sabia que, uma vez fechado o zíper, a aparência final seria semelhante à de quando os pneus ainda não existiam ou, ao menos, não eram tão perceptíveis – não com aquele volume, de um jeito que dá para pegar com os dedos e puxar. Mas como fechar o zíper?

Talvez com um garfo. Enfiar o dente do garfo no puxador do zíper, amarrar uma linha

no cabo do garfo e puxar. Não só a linha soltou do cabo do garfo como o dente deu uma arranhada nas costas. E o diabo do zíper nada de subir. Ligar para a mulher do zelador? Pedir um fio mais grosso emprestado? Colocar um casaco por cima? Trocar de vestido? Assumir-se mais velha? Aceitar-se como se é, como dizem essas novas propagandas do sabonete, do sutiã, do carro, do cigarro, da lavadora? “Mas como é que eu sou? Eu quero usar esse vestido. Quero parecer mais jovem, mais magra. Mas por que se ele não cabe mais? Por que não colocar um mais largo, folgado? Afinal, é só para ir até a padaria? Quando ele cabia, eu não tinha perguntas, não precisava saber se eu era eu mesma nem me aceitar.” Um parafuso comprido. Sim, tinha um desses na caixa de ferramentas. Ela se deitaria de bruços, engancharia o parafuso no puxador do zíper e amarraria com o fio mais grosso. Pneus achatados não emperram o zíper. Funcionou. Levantada, no espelho, viu-se sumarenta, uma mulher e seu vestido, sem necessidade de zelador nem vizinhos, propaganda de sabonete ou auto-aceitação, mesmo com os pneus escapando, o colo espremido, a respiração difícil.

– Seu Claudionor, veja dois bem torrinhos, por favor!

– Pois não, dona Odete. Faz tempo que a senhora não aparece. Vai no capricho. Aliás, a senhora parece mais jovem, mais bonita, não sei. Foi alguma coisa que mudou, dona Odete?

Comeu as casquinhas crocantes dos dois pãezinhos ali mesmo, na padaria. Rabo de um olho no Claudionor e do outro no espelho: uma mulher de vestido.

Na banca em frente, uma das propagandas de amor-próprio. Arrancou o miolo de um dos pãezinhos e jogou, discreta, no rosto sorridente da mulher do cartaz, aquela que se aceita sem complicações. □

*“Trocar de vestido? Assumir-se mais velha?
Aceitar-se como se é, como dizem essas novas
propagandas do sabonete, do sutiã, do cigarro?
Mas como é que eu sou?”*



DO

EXPLORE

Encontre os melhores
destinos brasileiros com a nova
Coleção Cores do Paraíso
em joias de prata feitas à mão.

PANDORA

www.pandorajoias.com.br

f PANDORAbr





samsonite.com.br

 [/AmericanTouristerbr](https://www.facebook.com/AmericanTouristerbr)

 [@AmericanTouristerbr](https://www.instagram.com/AmericanTouristerbr)